



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Niat Membeli.....	15
2.1.3 Persepsi Konsumen.....	16
2.1.4 Persepsi Risiko.....	17
2.1.4.1 Risiko Fungsional.....	20
2.1.4.2 Risiko Finansial.....	21
2.1.4.3 Risiko Fisik.....	22
2.1.4.4 Risiko Psikologis.....	22
2.1.5 Merek Toko.....	23
2.2 Pengembangan Hipotesis	25
2.2.1 Persepsi Risiko Fungsional dengan Niat Membeli Produk Merek Toko	25
2.2.2 Persepsi Risiko Finansial dengan Niat Membeli Produk Merek Toko	26
2.2.3 Persepsi Risiko Fisik dengan Niat Membeli Produk Merek Toko....	27
2.2.4 Persepsi Risiko Psikologis dengan Niat Membeli Produk Merek Toko	28



2.3	Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Strategi Penelitian	31
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel dan Desain Pengambilan Sampel	33
3.3.3	Ukuran Sampel	34
3.4	Objek Penelitian	35
3.4.1	Indomaret	35
3.4.2	Alfamart	36
3.4.3	Alfamidi	37
3.5	Instrumen Penelitian	38
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran	39
3.6.1	Persepsi Risiko Fungsional	39
3.6.2	Persepsi Risiko Finansial	39
3.6.3	Persepsi Risiko Fisik	40
3.6.4	Persepsi Risiko Psikologis	40
3.6.5	Niat Membeli Produk Merek Toko	40
3.7	Pengujian Instrumen	41
3.7.1	Uji Validitas	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Analisis Regresi Berganda	45
3.8.2	Multikolinearitas	46
3.8.3	Uji Normalitas	47
BAB IV ANALISIS DATA		48
4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Jenis Kelamin	48
4.1.2	Usia	49
4.1.3	Domisili	50
4.1.4	Pekerjaan	50
4.1.5	Pendidikan Terakhir	52
4.1.6	Pendapatan Bulanan	52
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	53
4.3	Uji Normalitas	56
4.4	Uji Multikolinearitas	56
4.5	Analisis Model Penelitian	58
4.5.1	Uji R-Square	58
4.5.2	Analisis Varians (ANOVA)	60



4.5.3	Hasil Uji Hipotesis	60
4.5.3.1	Persepsi Risiko Fungsional memiliki Pengaruh Negatif pada Niat Membeli Produk Merek Toko	61
4.5.3.2	Persepsi Risiko Finansial memiliki Pengaruh Negatif pada Niat Membeli Produk Merek Toko.....	62
4.5.3.3	Persepsi Risiko Fisik memiliki Pengaruh Negatif pada Niat Membeli Produk Merek Toko.....	63
4.5.3.4	Persepsi Risiko Psikologis memiliki Pengaruh Negatif pada Niat Membeli Produk Merek Toko.....	63
4.5.4	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.6	Pembahasan.....	64
4.6.1	Hipotesis 1.....	65
4.6.2	Hipotesis 2.....	66
4.6.3	Hipotesis 3.....	67
4.6.4	Hipotesis 4.....	68
BAB V	SIMPULAN	70
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Impikasi Penelitian.....	71
5.2.1	Implikasi Teoritis	71
5.2.2	Implikasi Praktis.....	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	72
5.4	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN		80