

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pernyataan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Lingkup Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1. <i>Point of Purchase (POP) Display</i>	13
2.2. Teori Pengkondisian Klasik.....	14
2.3. Niat Beli.....	16
2.4. Niat Beli Ulang.....	16
2.5. Persepsi Harga.....	17
2.6. Persepsi Kualitas.....	18
2.7. Perumusan Hipotesis.....	19
2.7.1 Pengaruh <i>POP display</i> pada Niat Beli.....	19
2.7.2 Pengaruh <i>POP Display</i> pada Niat Beli Ulang.....	20

2.7.3	Pengaruh Moderasi Persepsi Harga pada Hubungan <i>POP Display</i> terhadap Niat Beli	21
2.7.4	Pengaruh Moderasi Persepsi Kualitas pada Hubungan <i>POP Display</i> terhadap Niat Beli.....	21
2.7.5	Pengaruh Moderasi Persepsi Harga pada Hubungan <i>POP Display</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	22
2.7.6	Pengaruh Moderasi Persepsi Kualitas pada Hubungan <i>POP Display</i> terhadap Niat Beli Ulang	23
2.8.	Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Desain Penelitian.....	26
3.2	Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1	Populasi.....	27
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	29
3.3.1	<i>Point of Purchase (POP) Display</i>	29
3.3.2	Niat Beli	30
3.3.3	Niat Beli Ulang	31
3.3.4	Persepsi Harga.....	31
3.3.5	Persepsi Kualitas	32
3.4	Pengujian Instrumen.....	32
3.4.1	Uji Validitas.....	32
3.4.2	Uji Reliabilitas	33
3.4.3	Uji <i>R Square</i>	34
3.4.4	Uji Multikolinearitas	34
3.5	Metode Analisis Data	35
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	35
3.5.2	Uji Hipotesis	35
3.5.3	Uji Efek Moderasi.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Deskripsi Data	37

4.1.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	37
4.2 Karakteristik Responden	38
4.2.1 Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Usia	38
4.2.3 Pengeluaran.....	39
4.2.4 Domisili.....	40
4.2.5 Kunjungan Belanja Terakhir di Supermarket.....	41
4.2.6 Frekuensi Belanja di Supermarket	42
4.3 Pengujian Instrumen.....	42
4.3.1 Uji Validitas.....	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Uji R <i>Square</i> (Koefisien Determinasi).....	47
4.3.4 Uji Multikolinearitas	48
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.4.1 Variabel <i>POP Display</i>	50
4.4.2 Variabel Niat Beli.....	52
4.4.3 Variabel Niat Beli Ulang	53
4.4.4 Variabel Persepsi Harga	54
4.4.5 Variabel Persepsi Kualitas.....	56
4.5 Analisis Hipotesis.....	57
4.5.1 Analisis Hipotesis Pertama (H1).....	58
4.5.2 Analisis Hipotesis Kedua (H2)	61
4.5.3 Analisis Hipotesis Ketiga (H3a dan H3b).....	64
4.5.4 Analisis Hipotesis Keempat (H4a dan H4b).....	71
BAB V SIMPULAN	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Arah Penelitian Mendatang	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	94