



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	6
2.2 Konsumen	9
2.2.1 Pengertian Konsumen	9
2.3 Perilaku Konsumen	9
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.3.2 Model Perilaku Konsumen	11



2.3.3	Variabel-variabel Perilaku Konsumen	12
2.3.4	Faktor- faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.3.4.1	Faktor ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.3.4.2	Faktor intern yang Mempengaruhi Kerilaku Konsumen	17
2.4	Sikap	21
2.4.1	Pengertian Sikap	21
2.4.2	Karakteristik Sikap	22
2.4.3	Komponen-komponen Sikap	23
2.4.4	Fungsi Sikap	24
2.5	Hubungan antara Sikap dengan Keyakinan	26
2.6	Hubungan antara Sikap dengan Perilaku	27
2.6.1	Theory of Reasoned Action	27
2.6.2	Theory of Planned Behavior	31
2.7	Hipotesis	35
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Metode Pengambilan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Metode Pengambilan Data	37
3.4	Instrumen Penelitian	37
3.5	Metode Analisis data	38
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Analisis Kuantitatif	39
BAB IV		
PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Umum Penelitian	42



4.2	Pra Uji	44
4.3	Analisis Deskriptif Kualitatif	47
4.3.1	Jenis Kelamin Responden	48
4.3.2	Umur responden	52
4.3.3	Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	56
4.3.4	Jenis Pekerjaan Responden	60
4.3.5	Pendapatan Rata-rata Responden	64
4.3.6	Frekuensi Berkunjung	69
4.4	Regresi Berganda	71
4.5	Uji F	71
4.6	Uji Keofisien Regresi (Uji t)	72
4.7	Korelasi	73
4.8	Analisis Niat Konsumen	74

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	77

Daftar Pustaka

Lampiran