

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGANTAR.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Batasan penelitian.....	5
1.4. Tujuan penelitian.....	5
1.5. Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Produk oleh-oleh makanan.....	7
2.2. Perilaku konsumen.....	9
2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.4.1. Pengenalan Kebutuhan.....	14
2.4.2. Pencarian Informasi.....	14
2.4.3. Evaluasi Alternatif.....	15
2.4.4. Keputusan Pembelian.....	16
2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	16
2.6. Uji Normalitas.....	17
2.7. Analisis Faktor.....	19
2.8. Analisis Deskriptif.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Objek dan Waktu Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan sampel penelitian.....	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.3.1. Survei.....	24
3.3.2. Studi Literatur.....	25
3.4. Variabel penelitian.....	25
3.5. Tahapan Penelitian.....	27
3.5.1. Observasi Pendahuluan.....	30
3.5.2. Studi Pustaka dan Pemahaman Teori.....	31
3.5.3. Perumusan Masalah dan Penentuan Tujuan.....	31
3.5.4. Penentuan Variabel Penelitian.....	31
3.5.5. Penyusunan Kuesioner.....	32
3.5.6. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	32
3.5.7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.5.8. Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	32
3.5.9. Uji Normalitas.....	33
3.5.10. Uji Kelayakan Faktor.....	33
3.5.11. Uji Korelasi dengan Barlett Test of Sphericity.....	34
3.5.12. Uji Anti Image Correlation.....	34
3.5.13. Ekstraksi Faktor.....	35
3.5.14. Penentuan Jumlah faktor.....	35
3.5.15. Rotasi Faktor.....	35
3.5.16. Interpretasi Faktor.....	36
3.5.17. Validasi Faktor.....	36
3.5.18. Penarikan Kesimpulan.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Karakteristik Konsumen.....	37
4.1.1. Jenis kelamin.....	37
4.1.2. Usia.....	38
4.1.3. Asal Daerah.....	38
4.1.4. Pekerjaan.....	39
4.1.5. Pendidikan terakhir.....	40
4.1.6. Pendapatan.....	40
4.2. Karakteristik kunjungan.....	41
4.2.1. Banyak kunjungan.....	41
4.2.2. Tujuan utama kunjungan.....	42
4.2.3. Model kunjungan.....	43
4.2.4. Tipe kunjungan.....	43
4.2.5. Lama kunjungan.....	44

4.2.6. Tempat menginap.....	44
4.3. Proses keputusan pembelian.....	45
4.3.1. Pengenalan kebutuhan.....	45
4.3.2. Pencarian informasi.....	47
4.3.3. Evaluasi alternatif.....	48
4.3.4. Keputusan pembelian.....	50
4.3.5. Pasca pembelian.....	52
4.4. Uji validitas.....	54
4.5. Uji reliabilitas.....	55
4.6. Uji normalitas.....	56
1.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh-oleh makanan curah/ kiloan.....	56
4.6.1. Uji kelayakan sampel.....	56
4.6.2. Anti-image correlation test.....	57
4.6.3. Ekstraksi faktor.....	58
4.6.4. Penentuan jumlah faktor.....	60
4.6.5. Penentuan komponen faktor.....	61
4.7. Interpretasi faktor.....	64
4.8. Validasi hasil analisis faktor.....	69
4.9. Implikasi hasil penelitian bagi industri oleh-oleh makanan curah/ kiloan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80