

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	12
1.4 Kerangka Pemikiran .....	13
1.5 Hipotesis .....	17
<b>II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	18
2.2 Konsep Niat Beli .....	19
2.2.1 Pengertian Niat Beli .....	19
2.2.2 Proses Terjadinya Niat Beli .....	20
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.4 Teori-Teori Dalam Perilaku Konsumen.....	23
2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.5.1 Faktor Ekstern.....	25
2.5.2 Faktor Intern.....	26
2.6 Pengertian Motivasi.....	28
2.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	35
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	38
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.2.1. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.2.2. Pengumpulan Data .....	39
3.3 Identifikasi Variabel .....	40
3.4 Metode Pengambilan Sampel .....	41
3.4.1. Populasi .....	41
3.4.2. Sampel .....	41

3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	42
3.5.1.	Pengukuran Variabel .....	43
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
3.6.1.	Uji Validitas .....	44
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	44
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1.	Analisis Kualitatif .....	45
3.7.2.	Analisis Kuantitatif .....	46
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.2	Analisis Kuantitatif .....	51
4.2.1.	Uji Pengaruh dengan Regresi Linier Sederhana .....	51
4.2.2.	Uji Hipotesis .....	53
4.3	Analisis Kualitatif .....	54
4.4	Hasil Analisis Variabel X .....	57
4.5	Hasil Analisis Variabel Y .....	63
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

