

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Ritel (<i>Retail</i>).....	11
2.1.2. Faktor Psikologis Konsumen.....	15
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4. Persepsi Konsumen	20
2.1.5. Sikap Konsumen.....	22
2.2. Kerangka Pikir.....	25
2.3. Hipotesis.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian.....	27
3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	28
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	28
3.4. Populasi dan Sampel	29
3.4.1. Populasi	29
3.4.2. Sampel	29
3.5. Teknik Analisis Data	30
3.5.1. Uji Validitas	30
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	31
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	31
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	31
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.5.5. Uji Koefisien Korelasi.....	33
3.5.6. Uji Koefisien Determinasi.....	34
3.5.7. Uji F.....	34
3.5.8. Uji T	34
3.6. Definisi Operasional.....	35
3.6.1. Persepsi Konsumen (X1).....	35

3.6.2. Sikap Konsumen (X2)	35
3.6.3. Keputusan Pembelian (Y)	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	37
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.2. Karakteristik Responden	38
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.3. Hasil Analisis Data	40
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas.....	40
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	41
4.1.3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	41
4.1.3.3.1. Hasil Uji Normalitas Data.....	41
4.1.3.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas	42
4.1.3.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
4.1.3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.1.3.5. Hasil Uji Koefisien Korelasi	46
4.1.3.6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.1.3.7. Hasil Uji F	48
4.1.3.8. Hasil Uji t	49
4.2. Pembahasan	50
4.2.1. Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian....	50

4.2.2. Persepsi Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.2.3. Sikap Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
DAFTAR LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

1.1. Jumlah Gerai PT.Midi Utama Indonesia Tbk	3
3.1. Instrument Skala Likert.....	33
3.2. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	33
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.4. Hasil Uji Validitas.....	40
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.6. Hasil Uji Multikolinearitas	43
4.7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	45
4.8. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	46
4.9. Hasil Uji Koefisien Korelasi	47
4.10. Hasil Uji F.....	48
4.11. Hasil Uji T.....	49

DAFTAR GAMBAR

1.1. Kerangka Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia.....	2
2.1. Kerangka Pikir	25
4.1. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable : Keputusan Pembelian (Y)	42
4.2. Grafik <i>Scatterplot</i>	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	59
Lampiran 2. Data Hasil Penelitian	63
Lampiran 3. r-tabel.....	66
Lampiran 4. t-tabel.....	67
Lampiran 5. f-tabel.....	68
Lampiran 6. Hasil SPSS Uji Validitas	69
Lampiran 7. Hasil SPSS Uji Reliabilitas	72
Lampiran 8. Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik	73
Lampiran 9. Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda.....	74
Lampiran 10. Hasil SPSS Uji Koefisien Korelasi.....	74
Lampiran 10. Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Lampiran 11. Hasil SPSS Uji F	75
Lampiran 12. Hasil SPSS Uji T	75