

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GRAFIK | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah .. | 8 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| E. Asumsi | 10 |
| F. Hipotesis. | 11 |
| G. Metode Penelitian..... | 11 |
| H. Lokasi dan Sampel Penelitian. | 12 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| A. Sikap..... | 13 |
| 1. Pengertian Sikap..... | 13 |
| 2. Pembentukan Sikap..... | 16 |
| 3. Perubahan dan Fungsi Sikap..... | 19 |
| 4. Penerjemahan Sikap Dalam Tindakan | 20 |
| 5. Pengertian Sikap dalam Pemasaran | 22 |

| | |
|---|-----------|
| B. Bauran Pemasaran | 23 |
| 1. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran..... | 23 |
| C. Perilaku Konsumen | 25 |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumen | 25 |
| 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 26 |
| 3. Teori Perilaku Konsumen | 30 |
| 4. Model Perilaku Konsumen..... | 33 |
| D. Keputusan Pembelian..... | 34 |
| 1. Jenis Perilaku Pembelian..... | 34 |
| 2. Tipe Pengambilan Keputusan | 36 |
| 3. Komponen Keputusan Pembelian | 36 |
| 4. Proses Keputusan Pembelian | 38 |
| 5. Pengaruh Utama terhadap Keputusan Pembelian | 42 |
| E. Hasil Penelitian Sebelumnya | 44 |
| F. Kerangka Berpikir..... | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 46 |
| A. Desain Penelitian dan Metode Penelitian..... | 46 |
| B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 47 |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling Penelitian..... | 52 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 53 |
| 1. Pengembangan Kisi-kisi Instrumen Penelitian | 54 |
| 2. Uji Coba Instrumen Penelitian | 58 |
| E. Prosedur Pengelompokan dan Analisis Data..... | 62 |
| 1. Prosedur Pengelompokan Data | 62 |
| 2. Prosedur Analisis Data..... | 64 |
| F. Prosedur Pelaksanaan Penelitian..... | 68 |

| | |
|--|------------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 71 |
| A. Hasil Penelitian | 71 |
| B. Pembahasan | 85 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 94 |
| A. Kesimpulan | 94 |
| B. Rekomendasi | 96 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 97 |
| | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 99 |
| A Instrumen..... | 99 |
| B. Data Penelitian..... | 115 |
| C. Hasil Pengolahan Data | 140 |
| D. Administrasi Penelitian | 141 |
| | |
| RIWAYAT HIDUP | 146 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian | 51 |
| 3.2 Kisi-Kisi Sikap Terhadap Bauran Pemasaran | 54 |
| 3.3 Kisi-Kisi Proses Keputusan Pembelian..... | 56 |
| 3.4 Kisi-Kisi Sikap Terhadap Bauran Pemasaran Setelah Uji Coba..... | 59 |
| 3.5 Kisi-Kisi Proses Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba | 60 |
| 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas | 61 |
| 3.7 Koefisien Reliabilitas Guilford | 62 |
| 3.8 Kategorisasi Skor Sikap Terhadap Bauran Pemasaran | 63 |
| 3.9 Kategorisasi Skor Proses Keputusan Membeli..... | 64 |
| 3.10 Kriteria Signifikansi Variabel..... | 68 |
| 4.1 Gambaran Umum Sikap Terhadap Bauran pemasaran | 71 |
| 4.2 Sikap Konsumen Terhadap Produk..... | 72 |
| 4.3 Sikap Konsumen Terhadap Harga | 73 |
| 4.4 Sikap Kosumen Terhadap Promosi..... | 74 |
| 4.5 Sikap Konsumen Terhadap Distribusi. | 74 |
| 4.6 Gambaran Umum Proses Keputusan Membeli Konsumen | 76 |
| 4.7 Korelasi Antara Sikap Terhadap Bauran Pemasaran dengan Proses Keputusan Membeli | 78 |
| 4.8 Korelasi Antara Sikap Terhadap Produk dengan Proses Keputusan Membeli | 80 |
| 4.9 Korelasi Antara Sikap Terhadap Harga dengan Proses Keputusan Membeli | 81 |
| 4.10 Korelasi Antara Sikap Terhadap Promosi dengan Proses Keputusan Membeli | 83 |
| 4.11 Korelasi Antara Sikap Terhadap Distribusi dengan Proses Keputusan Membeli | 84 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|--|----|
| 4.1 Sikap Konsumen Terhadap Faktor-Faktor Bauran Pemasaran | 75 |
|--|----|



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 1.1 Hubungan antara Variabel Stimulus, Variabel <i>Intervening</i> dan Variabel Respon | 6 |
| 1.2 Teori Tindakan Beralasan | 8 |
| 2.1 Proses Perilaku Konsumen..... | 31 |
| 2.2 Interaksi Perilaku Konsumen..... | 32 |
| 2.3 Model Perilaku Konsumen..... | 33 |
| 2.4 Proses Pengambilan Keputusan | 39 |
| 2.5 Faktor antara Niat Pembelian dan Keputusan Pembelian..... | 40 |
| 2.6 Pengaruh Utama Keputusan Pembelian | 43 |
| 2.7 Kerangka Berpikir Penelitian..... | 45 |



