

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	14
H. Hipotesis.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Manajemen.....	21
B. Manajemen Pemasaran.....	23
C. Perilaku Konsumen.....	24
D. Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Metode Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel.....	36
C. Jenis Data.....	37
D. Operasional Variabel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data.....	42
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51

B.	Gambaran Umum Universitas Yang di Amati.....	55
C.	Konsep Perolehan Data.....	69
D.	Deskripsi Data.....	70
E.	Analisis Data.....	83
F.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	141
BAB V	PENUTUP.....	143
A.	Kesimpulan.....	143
B.	Saran.....	144
	DAFTAR PUSTAKA.....	145



DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Daftar Universitas di Wilayah Bandung Raya.....	5
	1.2	Hasil Penelitian Terdahulu	12
	1.3	Teori Perilaku Konsumen	15
	1.4	Teori Keputusan Pembelian.....	16
	3.1	Variabel Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	39
	3.2	Kriteria Intrepetasi Koefisien Reliabilitas	44
	3.3	Jadwal Penelitian	50
	4.1	Karakterisitk responden berdasarkan jenis kelamin	71
	4.2	Karakterisitk responden berdasarkan umur	71
	4.3	Karakterisitk responden berdasarkan asal Universitas	72
	4.4	Karakterisitk responden berdasarkan semester yang ditempuh	73
	4.5	Interval kelas dalam deskripsi hasil penelitian	74
	4.6	Tanggapan responden mengenai Perilaku Konsumen (χ)	75
	4.7	Tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian (γ)	79
	4.8	Hasil uji validitas Perilaku Konsumen (χ)	84
	4.9	Hasil uji validitas Perilaku Konsumen (χ)	85
	4.10	Hasil uji validitas Keputusan Pembelian (γ)	86
	4.11	Hasil uji validitas Keputusan Pembelian (γ)	86
	4.12	Kriteria Intrepetasi Koefisien Reliabilitas	87
	4.13	Hasil uji reliabilitas Perilaku Konsumen (χ)	88
	4.14	Hasil uji reliabilitas Keputusan Pembelian (γ)	88
	4.15	Hasil uji analisis regresi linier sederhana	89
	4.16	Hasil uji analisis regresi linier berganda	92
	4.17	Hasil uji statistik t (Uji Parsial)	99
	4.18	Hasil uji statistik t (Uji Parsial)	136
	4.19	Hasil uji statistik secara simultan (Uji F)	138
	4.20	Hasil uji koefisien determinasi.....	140
	4.21	Pedoman interpretasi koefisien deeterminasi	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Kerangka Pemikiran	19
	2.1	Model sederhana Perilaku Konsumen	26
	4.1	Logo PT. Gudang Garam Tbk.	52
	4.2	Beberapa varian produk Gudang Garam	53
	4.3	Struktur Organisasi PT. Gudang Garam Tbk.	54
	4.4	Logo UIN Sunan Gunung Djati Bandung	55
	4.5	Logo UNISBA	55
	4.6	Logo UNIBI	56
	4.7	Logo UNPAD	57
	4.8	Logo ITENAS.....	57
	4.9	Logo ITB	58
	4.10	Logo UPI	59
	4.11	Logo STKIP Pasundan	59
	4.12	Logo UNIKOM	60
	4.13	Logo UNINUS.....	60
	4.14	Logo Universitas Widyatama	61
	4.15	Logo <i>International Woman Univeristy</i>	61
	4.16	Logo <i>Telkom University</i>	62
	4.17	Logo ISBI	63
	4.18	Logo UNLA.....	64
	4.19	Logo STAI Daarut Tauhid	64
	4.20	Logo STAI Persis Bandung	65
	4.21	Logo STMIK Bandung	65
	4.22	Logo STT Mandala.....	66
	4.23	Logo UKRI	67
	4.24	Logo UNJANI	67
	4.25	Logo UNPAR	68
	4.26	Konsep Perolehan Data Perilaku Konsumen.....	69

4.27	Konsep Perolehan Data Keputusan Pembelian.....	69
4.28	Garis Kontinum Variabel Perilaku Konsumen (χ)	79
4.29	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (γ)	83

