

DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah	5
1.3 Tujuan, Ruang Lingkup dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Ruang Lingkup	6
1.3.3 Manfaat Penelitian	6
1.4 Kerangka Penulisan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.1.4 Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	20
2.1.5 Proses Keputusan Membeli	22
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis Penelitian	27
2.5 Profil Perusahaan	28
2.6 Profil Produk Jellys	30
2.6.1 Konsep Produk Jellys " <i>Pure Soap</i> "	32
2.6.2 <i>Positioning</i> Produk Jellys " <i>Pure Soap</i> "	33
2.6.3 <i>Personality</i> Produk Jellys " <i>Pure Soap</i> "	33
2.6.4 <i>Target Market</i> Produk Jellys " <i>Pure Soap</i> "	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Periode Penelitian	34
3.2 Sumber dan Pengumpulan Data	34
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	35
3.3.1 Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel	35
	viii

3.3.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.4	Metode Analisis	39
3.4.1	Uji Validitas	39
3.4.2	Uji Reliabilitas	41
3.5	Hipotesis Statistik dan Pengujiannya	42
3.5.1	Analisis Regresi Berganda	42
3.5.2	Uji F (Pengujian Hipotesis I)	42
3.5.3	Uji t (Pengujian Hipotesis II)	43
3.5.4	Uji Koefisien Determinasi	44
 BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN		
4.1	Identitas Responden	46
4.1.1	Jenis Kelamin	46
4.1.2	Usia	47
4.1.3	Pendidikan Terakhir	48
4.1.4	Pekerjaan	48
4.1.5	Mengetahui Produk Sabun Pemutih Tubuh Merek Jellys “Pure Soap”	49
4.1.6	Pernah Membeli	49
4.1.7	Membeli Dimana	50
4.2	Uji Instrumen	50
4.2.1	Uji Validitas	51
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	54
4.3.1	Variabel Kebudayaan (X_1)	54
4.3.2	Variabel Sosial (X_2)	56
4.3.3	Variabel Pribadi (X_3)	58
4.3.4	Variabel Psikologis (X_4)	60
4.3.5	Variabel Keputusan Pembelian Produk (Y)	62
4.4	Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1	Uji Normalitas	65
4.4.2	Uji Multikolinearitas	67
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	68
4.5	Hasil Uji Hipotesis	69
4.5.1	Analisis Regresi Berganda	69
4.5.2	Uji F (Simultan)	71
4.5.3	Uji t (Parsial)	72
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi	74
4.6	Implikasi Hasil Penelitian	75
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen	11
Gambar 2.2	Hirarki Kebutuhan Menurut Maslow	17
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1	Plot Uji Normalitas Data	66
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Grafik <i>Scatterplot</i>	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Volume Share & Growth</i> Produk Sabun Pemutih Tubuh Merek Jellys “ <i>Pure Soap</i> ” 2019-2021	3
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5	Identitas Responden Berdasarkan Mengetahui Produk	49
Tabel 4.6	Identitas Responden Berdasarkan Membeli Produk	49
Tabel 4.7	Identitas Responden Berdasarkan Membeli Dimana	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas (N = 100)	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.10	Presentase dan Frekuensi Variabel Kebudayaan	54
Tabel 4.11	Presentase dan Frekuensi Variabel Sosial	56
Tabel 4.12	Presentase dan Frekuensi Variabel Pribadi	58
Tabel 4.13	Presentase dan Frekuensi Variabel Psikologis	60
Tabel 4.14	Presentase dan Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Produk	62
Tabel 4.15	Uji Normalitas Data dengan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)	66
Tabel 4.16	Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda	69
Tabel 4.18	Uji F (pengaruh Simultan)	71
Tabel 4.19	Uji t (pengaruh Parsial)	73
Tabel 4.20	Tabel Koefisien Beta Variabel Independen	74
Tabel 4.21	Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. Uji Validitas Variabel Kebudayaan (X_1)	82
LAMPIRAN B. Uji Reliabilitas Variabel Kebudayaan (X_1)	83
LAMPIRAN C. Uji Validitas Variabel Sosial (X_2)	84
LAMPIRAN D. Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X_2)	85
LAMPIRAN E. Uji Validitas Variabel Pribadi (X_3)	86
LAMPIRAN F. Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X_3)	87
LAMPIRAN G. Uji Validitas Variabel Psikologis (X_4)	88
LAMPIRAN H. Uji Reliabilitas Variabel Psikologis (X_4)	89
LAMPIRAN I. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Produk (Y)	90
LAMPIRAN J. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Produk (Y)	91
LAMPIRAN K. <i>Frequency Table</i> Identitas Responden	92
LAMPIRAN L. <i>Frequency Table</i> Variabel Kebudayaan (X_1)	94
LAMPIRAN M. <i>Frequency Table</i> Variabel Sosial (X_2)	96
LAMPIRAN N. <i>Frequency Table</i> Variabel Pribadi (X_3)	98
LAMPIRAN O. <i>Frequency Table</i> Variabel Psikologis (X_4)	100
LAMPIRAN P. <i>Frequency Table</i> Variabel Keputusan Pembelian Produk (Y)	102
LAMPIRAN Q. Tabulasi Data Sampel	104
LAMPIRAN R. Surat Izin Penggunaan Nama Dan Data Perusahaan	109