

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kerangka Teori.....	9
2.1.1. Persepsi Harga.....	9
2.1.1.1. Pengertian Persepsi Harga	9
2.1.1.2. Penetapan Harga yang Dipersepsikan	11
2.1.1.3 Indikator Persepsi Harga	12
2.1.2. Suasana Toko (Store Atmosphere)	12
2.1.2.1. Pengertian Suasana Toko	12
2.1.2.2. Elemen Suasana Toko	13
2.1.2.3. Indikator Suasana Toko	15
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.3.2. Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.3. Pembuatan Keputusan Pembelian	20

2.1.3.4. Jenis Keputusan Pembelian	21
2.2. Penelitian yang Relevan	23
2.3. Kerangka Berpikir	25
2.4. Paradigma Penelitian.....	26
2.5. Hipotesis.....	26
BAB III : METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi	28
3.2.2. Sampel	28
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.3.1. Variabel Penelitian	29
3.3.2. Defenisi Operasional	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1. Observasi	31
3.4.2. Wawancara	31
3.4.3. Angket	31
3.5. Uji Instrumen Penelitian	33
3.5.1. Uji Validitas.....	33
3.5.2. Uji Reliabilitas	33
3.6. Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	34
3.6.1.1. Uji Multikolinieritas	34
3.6.1.2. Uji Heteroskedastisitas	35
3.6.1.3. Uji Normalitas	35
3.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.6.3. Pengujian Hipotesis	36
3.6.3.1. Uji F (Uji Signifikan Simultan)	36
3.6.3.2. Uji T (Uji Parsial)	37
3.6.3.3. Koefisien Determinasi	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2 Struktur Organisasi Alfamidi	41
4.1.3 Visi dan Misi Alfamidi.....	42
4.1.4 Nilai Perusahaan.....	42
4.2 Analisis Data Penelitian.....	43
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Angket.....	43
4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Persepsi Harga..	43
4.2.3 Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Suasana Toko ...	45
4.2.4 Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian	47
4.3 Transformasi Data Ordinal ke Interval.....	49
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.5 Teknik Analisis Data	53
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	53
4.5.1.1 Uji Normalitas	53
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas.....	54
4.5.1.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.6 Analisis Regresi Berganda	57
4.7 Uji Hipotesis.....	59
4.7.1 Uji T.....	59
4.7.2 Uji F.....	60
4.7.3 Koefisien Determinasi	62
4.8 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	63
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	 67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN