

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>REKOMENDASI PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACTS</b> .....	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI-ARAB LATIN</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Telaah Pustaka.....	10
B. Landasan Teori.....	19
1. Perilaku Konsumen.....	19
2. Keputusan Pembelian.....	21
3. Customer Intimacy.....	25
4. Aksesibilitas.....	29
5. Loyalitas.....	32
C. Hipotesis.....	35

D. Kerangka Penelitian.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Desain Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Waktu Penelitian.....	37
D. Objek Penelitian.....	37
E. Populasi dan Sampel.....	38
F. Sumber Data.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	39
H. Definisi Operasional Variabel.....	40
I. Instrumen Penelitian.....	40
J. Skala Pengukuran.....	41
K. Uji Instrumen.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	44
L. Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Gerai Pro You.....	51
1. Profil Umum Gerai Pro You.....	51
2. Cerita singkat Gerai Pro You.....	51
3. Produk Gerai Pro You.....	52
B. Analisis Karakteristik Profil Responden .....	52
1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
2. Responden berdasarkan Usia.....	53
3. Responden berdasarkan Agama.....	54
4. Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	55
5. Responden berdasarkan Pekerjaan.....	56
6. Responden berdasarkan Jumlah Pembelian.....	57
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	58
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Intimaci..	59
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Aksesibilitas.....	60

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	62
D. Uji Asumsi Klasik.....	63
1. Uji Normalitas.....	63
2. Uji Multikolinearitas.....	64
3. Uji Heteroskedastisitas.....	65
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
F. Uji Hipotesis.....	67
1. Uji t.....	67
2. Uji F.....	68
3. Pengujian $r^2$ .....	69
G. Pembahasan.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Universitas di DIY.....	2
Tabel 1.2 Daftar Toko Buku di DIY.....	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen.....	40
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Customer Intimacy.....	42
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Aksesibilitas.....	42
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Loyalitas.....	43
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 3.6 Pedoman Konversi Skor.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	55
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif.....	56
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Customer Intimacy.....	57
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Aksesibilitas.....	58
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Loyalitas.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Hubungan Antar Variabel.....	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	52
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan....	53
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	55
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	60