

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Berita Acara Ujian Skripsi .....	iv
Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Abstraksi .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1. Pengertian dan Definisi Pemasaran .....	8
2.2. Pengertian dan Definisi Konsep Pemasaran .....	9
2.3. Pengertian dan Definisi Manajemen Pemasaran .....	10
2.4. Teori Perilaku Konsumen .....	11

2.4.1. Teori Ekonomi Mikro .....	11
2.4.2. Teori Psikologis .....	12
2.4.3. Teori Sosiologis .....	14
2.4.4. Teori Anthropologis .....	14
2.5. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	15
2.6. Keputusan Untuk Membeli .....	20
2.7. Proses Motivasi Konsumen .....	21
2.8. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1. Metode Pengumpulan Sampel .....	29
3.1.1. Populasi .....	29
3.1.2. Sampel .....	29
3.2. Variabel Penelitian .....	31
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4. Metode Alat analisis .....	33
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>36</b>
4.1. Analisis Kualitatif .....	36
4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Gender .....	36
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	37
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan .....	38
4.2. Analisis Deskriptif .....	38
4.2.1. Analisis Atribut yang Memotivasi Konsumen Untuk Berbelanja di Goro Assalaam Berdasarkan Gender ..	39

4.2.2.	Analisis Atribut yang Memotivasi Konsumen Untuk Berbelanja di Goro Assalaam Berdasarkan Usia .....	43
4.2.3.	Analisis Atribut yang Memotivasi Konsumen Untuk Berbelanja di Goro Assalaam Berdasarkan Penghasilan	47
4.3.	Analisis Statistik .....	51
4.3.1.	Pemilihan Atribut yang Memotivasi Konsumen berbelanja di Goro Assalaam berdasarkan Gender ...	53
4.3.2.	Pemilihan Atribut yang Memotivasi Konsumen berbelanja di Goro Assalaam berdasarkan Usia .....	55
4.3.3.	Pemilihan Atribut yang Memotivasi Konsumen berbelanja di Goro Assalaam berdasarkan Penghasilan	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	60
5.1.	Kesimpulan .....	60
5.2.	Saran .....	61
DAFTAR	PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	37
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	38
Tabel 4.4.	Analisis Motivasi Konsumen berdasarkan Gender .....	40
Tabel 4.5.	Nilai Atribut Berdasarkan Gender .....	41
Tabel 4.6.	Analisis Motivasi Konsumen berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.7.	Nilai Atribut Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.8.	Analisis Motivasi Konsumen berdasarkan Penghasilan .....	47
Tabel 4.9.	Nilai Atribut Berdasarkan Penghasilan .....	49
Tabel 4.10.	Perhitungan Fo Berdasarkan Gender .....	53
Tabel 4.11.	Perhitungan Chi Square Berdasarkan Gender .....	54
Tabel 4.12.	Perhitungan Fo Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.13.	Perhitungan Chi Square Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.14.	Perhitungan Fo Berdasarkan Penghasilan .....	57
Tabel 4.15.	Perhitungan Chi Square Berdasarkan Penghasilan .....	58
Tabel 4.16.	Hasil Uji Chi Square .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Proses Pengamatan .....	19
Gambar 2.2. Proses Perilaku Konsumen .....	22
Gambar 2.3. Hubungan antara Motivasi, Kebutuhan dan Tujuan .....	25
Gambar 2.4. Siklus proses Motivasi .....	26

