DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
MOTTO viii
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvii
ABSTRAK xviii

BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Definisi Oprasional 7
F. Sistematika Pembahasan 8

BAB II : KAJIAN TEORITIK
A. Penelitian Terdahulu 10
B. Kerangka Teori 12
a. Pemasaran 12
b. Perilaku konsumen 13
c. Faktor budaya 15
d. Faktor sosial 17
e. Faktor Pribadi 20
f. Keputusan pembelian 21
C. Paradigma Penelitia Kerangka Berfikir 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis…… 26

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian. 27

B. Lokasi Penelitian 28

C. Populasi, Sampel dan teknik sampling..... 28

D. Variable dan Indikator..... 30

E. Tahap-tahap penelitian 33

F. Teknik Pengumpulan Data 33

G. Teknik validitas intrumen penelitian..... 34

H. Teknik analis data……35

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum obyek penelitian 41

1. Profil singkat Zoya 41
2. Lokasi penelitian 41
3. Struktur organisasi 42

B. Penyajian Data..... 43

1. Gambaran Umum Responden 43
2. Gambaran Distribusi Item 50
3. ANALISIS Data 69
4. ANALISIS Regresi Linier Berganda 72

C. hipotesis ……....76

D. Pembahasan Hasil Penelitian 77

1. Faktor Budaya…… 77
2. Faktor Sosial……. 78
3. Faktor Pribadi……..... 80

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan 82

B. Saran 84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Konsep, Variabel, Indikator dan Item 36
Tabel 4.1 : umur atau usian responden..... 43
Tabel 4.2 : pendidikan terrahir responden..... 44
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin 45
Tabel 4.4 : Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan..... 45
Tabel 4.5 : Karakteristik Reponden Berdasarkan tingkat Penghasilan 46
Tabel 4.6 : lama mengenal Zoya 47
Tabel 4.7 : info asal mengenal Zoya 48
Tabel 4.8 : harga produk Zoya 49
Tabel 4.9 : Pesaing produk Zoya 49
Tabel 4.10 : Distribusi Frekuensi Item budaya 51
Tabel 4.11 : Distribusi Frekuensi Item sosial..... 54
Tabel 4.12 : Distribusi Frekuensi Item pribadi 57
Tabel 4.13 : distribusi Frekuensi item keputusan pembelian..... 61
Tabel 4.14 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Budaya……69
Tabel 4.15 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sosial……...70
Tabel 4.16 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pribadi……70
Tabel 4.17 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel keputusan pebelian……..71
Tabel 4.18 : Coefficients 72
Tabel 4.19 : Koefisien Determinasi……..73
Tabel 4.20 : Hasil Uji secara Simultan……74
Tabel 4.21 : Hasil Uji T Secara persial 75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1.1) 54
Grafik 4.2 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1.2) 55
Grafik 4.3 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1.3) 55
Grafik 4.4 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1.4) 56
Grafik 4.5 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1.5) 56
Grafik 4.6 : Distribusi Frekuensi Item Presentasi (X2.1) 59
Grafik 4.7 : Distribusi Frekuensi Item Presentasi (X2.2) 60
Grafik 4.8 : Distribusi Frekuensi Item Presentasi (X2.3) 60
Grafik 4.9 : Distribusi Frekuensi Item Presentasi (X2.4) 61
Grafik 4.10 : Distribusi Frekuensi Item Menangani Keberatan (X3.1).... 63
Grafik 4.11 : Distribusi Frekuensi Item Menangani Keberatan (X3.2).... 64
Grafik 4.12 : Distribusi Frekuensi Item Menangani Keberatan (X3.3).... 64
Grafik 4.13 : Distribusi Frekuensi Item Menangani Keberatan (X3.4).... 65
Grafik 4.14 : Distribusi Frekuensi Item Menutup Penjualan (X4.1) 67
Grafik 4.15 : Distribusi Frekuensi Item Menutup Penjualan (X4.2) 67
Grafik 4.16 : Distribusi Frekuensi Item Penjualan (Y1.1) 70
Grafik 4.17 : Distribusi Frekuensi Item Penjualan (Y1.2) 70
Grafik 4.18 : Distribusi Frekuensi Item Penjualan (Y1.3) 71
Grafik 4.19 : Distribusi Frekuensi Item Penjualan (Y1.4) 71
Grafik 4.20 : Distribusi Frekuensi Item Pendekatan (X1) 72
Grafik 4.21 : Distribusi Frekuensi Item Presentasi (X2) 73
Grafik 4.22 : Distribusi Frekuensi Item Menangani Keberatan (X3)..... 73
Grafik 4.23 : Distribusi Frekuensi Item Menutup Penjualan (X4) 74
Grafik 4.24 : Distribusi Frekuensi Item Penjualan (Y) 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir 27
Gambar 2.5 : Model Hipotesis 46
Gambar 4.1 : Jenjang Karir 45
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi..... 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draft Kuesioner

Lampiran 2 : Frekuensi Responden

Lampiran 3 : Data Jawaban Responden

Lampiran 4 : Distribusi Frekuensi Item

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 : ANALISIS Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 : Perhitungan T Tabel

Lampiran 8 : Perhitungan F Tabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Kanzul Karomi, 2015. *Analis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Zoya.*

Dengan rumusan masalah: Apakah faktor budaya, sosial, , dan pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Zoya? Varibel mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Zoya?

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang dijadikan objek penelitian sebanyak 100 responden yang memakai produk Zoya dan pengambilan data berupa observasi, kuesioner. Sedangkan untuk pengolahan data diANALISIS untuk uji validitas dan reabilitas memakai rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS *16,0 for windows.*

Teknik ANALISIS yang digunakan adalah ANALISIS regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Zoya di nyatakan baik, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Budaya (X_1), Sosial (X_2), dan Pribadi(X_3) uji f secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Dan untuk uji t diketahui bahwa secara parsial variabel Budaya (X_1) dan Pribadi (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat sedangkan variabel Sosial (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id