

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 Perilaku Konsumen	6
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	6
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Indikator Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.2.2 Tahapan Keputusan Pembelian	16
2.2.3 Model-Model Perilaku Konsumen.....	17
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Berpikir	23
 BAB III METODE PENELITIAN	 26
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
3.1.1 Pendekatan.....	26
3.1.2 Jenis Penelitian	27
3.2 Variabel Penelitian.....	28
3.3 Informan Penelitian.....	29

3.4 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	30
3.4.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.4.2 Jadwal Penelitian	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	32
3.7 Teknik pengumpulan data	33
3.8 Teknik analisis data.....	34
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum.....	36
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Toko Eiger Kota Gunungsitoli	36
4.1.2 Visi dan Misi Toko Eiger	37
4.1.3 Hari dan Jam Kerja Operasional Toko Eiger Gunungsitoli	38
4.1.4 Struktur Organisasi Toko Eiger Gunungsitoli	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen di Toko Eiger Kota Gunungsitoli	39
4.2.2 Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Eiger di Toko Eiger Kota Gunungsitoli	53
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA.....	vi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator.....	28
Tabel 3.2 Daftar Informan Penelitian	30
Tabel 3.3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	21
Tabel 4.1 Jam Operasional Toko Eiger.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	8
Gambar 2.2 Proses keputusan pembelian konsumen.....	16
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	39