

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Manajemen Pemasaran	14
3. Keputusan Pembelian	18
4. Persepsi Harga	22
5. Lokasi	27
6. Kualitas pelayanan	30
7. Penelitian Terdahulu	34
B. Pengembangan Hipotesis	38
1. Hubungan Antar Variabel Harga	38
2. Kerangka Pemikiran	41
3. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43

B.	Desain Penelitian	43
C.	Definisi dan Operasional Variabel	44
1.	Definisi Naratif	44
2.	Operasional Variabel	45
D.	Skala Pengukuran Variabel	47
E.	Populasi dan Sampel	48
1.	Populasi	48
2.	Sampel	49
F.	Metode Pengumpulan Data	51
G.	Metode Analisa Data	52
1.	IBM SPSS Statistik 23 2020	52
2.	PLS	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
B.	Statistik Deskriptif	59
1.	Deskriptif Responden	60
2.	Deskriptif Variabel	61
C.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	64
1.	Evaluasi Ujian Model Pengujian (<i>Outer Model</i>)	65
2.	Ujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
1.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
2.	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	79
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	83
B.	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		91