

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	ii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	7
1. Niat Beli	7
2. Persepsi Konsumen.....	11
3. Sikap Konsumen	23

B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel	35
3. Teknik Pengambilan sampel	35
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Operasionalisasi Variabel	38
1. Identifikasi Variabel	38
a. Variabel independen	38
b. Variabel Dependen	39
2. Definisi Operasional Variabel	40
F. Pengukuran Variabel	40
G. Uji Validitas Dan Reliabilitas	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	45
H. Teknik Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47

2. Analisis Kuantitatif	47
3. Uji Hipotesis	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	50
Analisis Deskriptif	50
a. Karakteristik Responden	50
1) Jenis Kelamin	51
2) Umur Responden	51
3) Pendapatan/uang saku anda perbulan	51
4) Pekerjaan	52
5) Pernah belanja di Distro Crowd	53
b. Hasil Variabel Penelitian	54
a. Persepsi harga (X_1)	54
b. Kemasan (X_2)	55
c. Iklan (X_3)	56
d. Citra Perusahaan (X_4)	57
e. Persepsi kualitas (X_5)	58
f. Persepsi Risiko (X_6)	59
g. Nilai produk (X_7)	60
h. Tingkat Kepercayaan Pada Produk (X_8)	61
i. Sikap Kekeluargaan(X_9)	62
j. Kondisi ekonomi (X_{10})	63

k. Niat Beli konsumen(Y)	64
Analisis Kuantitatif	65
a. Estimasi Regresi Linier Berganda	65
b. Uji Hipotesis	71
1) Uji Serentak/bersama-sama (Uji-F)	71
2) Uji Parsial (Uji-t)	73
a) Pengaruh Variabel persepsi harga terhadap Niat beli Konsumen.....	73
b) Pengaruh Variabel Kemasan terhadap Niat beli Konsumen	74
c) Pengaruh Variabel Iklan terhadap Niat beli Konsumen.....	75
d) Pengaruh Variabel Citra perusahaan terhadap Niat beli Konsumen	75
e) Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas terhadap Niat beli Konsumen.....	76
f) Pengaruh Variabel Persepsi Risiko terhadap Niat beli Konsumen.....	77
g) Pengaruh Variabel Nilai Produk terhadap Niat beli Konsumen.....	77
h) Pengaruh Variabel Tingkat Kepercayaan terhadap Niat beli Konsumen.....	78
i) Pengaruh Variabel Sikap kekeluargaan terhadap Niat beli Konsumen	79

j) .Pengaruh Variabel Kondisi Ekonomi terhadap Niat beli	
Konsumen.....	79
Pembahasan	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	85
---------------------	----

B. Saran	86
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	89
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	91
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Hasil Uji Tes Validitas.....	44
Tabel 4.2 : Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	50
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	52
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Belanja Di Distro Crowd.....	53
Tabel 4.8 : Hasil Variabel Persepsi Harga	54
Tabel 4.9 : Hasil Variabel Persepsi Kemasan	55
Tabel 4.10 : Hasil Variabel Persepsi Iklan.....	56
Tabel 4.11 : Hasil Variabel Persepsi Citra Perusahaan.....	57
Tabel 4.12 : Hasil Variabel Persepsi Kualitas.....	58
Tabel 4.13 : Hasil Variabel Persepsi Risiko	59
Tabel 4.14 : Hasil Variabel Persepsi Nilai Produk	60
Tabel 4.15 : Hasil Variabel Persepsi Nilai Produk	61
Tabel 4.16 : Hasil Variabel Persepsi Sikap Kekeluargaan.....	62
Tabel 4.17 : Hasil Variabel Persepsi kondisi Ekonomi.....	63
Tabel 4.18 : Hasil Variabel Persepsi Niat Beli konsumen	64
Tabel 4.19 : Hasil Estimasi Regresi Berganda	65