

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
KEASLIAN TULISAN	v
KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang Masalah	15
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	23
C. Rumusan Masalah.....	24
D. Tujuan Penelitian	24
E. Kegunaan Penelitian	25
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	26
G. Penegasan Variabel.....	27
H. Sistematika Penelitian	28
BAB II LANDASAN TEORI	31
A. Konsep Perilaku Konsumen.....	31
B. Konsep Harga	40
C. Konsep Cita Rasa	50
D. Konsep Kualitas Pelayanan.....	60
E. Penelitian Terdahulu	83
F. Kerangka Konseptual	88

G. Hipotesis	89
BAB III METODE PENELITIAN	91
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	91
B. Lokasi Penelitian.....	92
C. Variabel dan Pengukuran	92
D. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	96
E. Instrumen Penelitian	100
F. Teknik Pengumpulan Data.....	102
G. Analisis Data.....	104
H. Tahapan Penelitian.....	110
BAB IV HASIL	145
A. Gambaran Umum Responden	145
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	150
C. Hasil Uji Prasyarat	156
D. Hasil Uji Hipotesis.....	161
BAB V PEMBAHASAN	165
A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	166
B. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	169
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	173
D. Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	177
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	182
A. Kesimpulan	182
B. Saran	184
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	197

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Nama Usaha Pecel Lele di Kelurahan Harapan Jaya Kecamatan Bekasi Utara Tahun 2024	20
Tabel 1. 2 Data Penjualan Pecel Lele dalam Periode 2020-2024.....	21
Tabel 3. 1 skala Likert.....	95
Tabel 3. 2 Jumlah Responden	97
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Kuesioner	101
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Warung	146
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	146
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	147
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	148
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	149
Tabel 4. 6 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X_1).....	151
Tabel 4. 7 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Cita Rasa (X_2)	152
Tabel 4. 8 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X_3).....	153
Tabel 4. 9 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	155
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	156
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	157
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	159
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastitas	160
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	161
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	161
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	162
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	33
Gambar 2. 2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	34
Gambar 2. 3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	78
Gambar 2. 4 Bagan Kerangka Konseptual	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
LAMPIRAN 1 DATA PENELITIAN.....	197
LAMPIRAN 2 OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK	201
LAMPIRAN 3 OUTPUT UJI HIPOTESIS	203
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI KEGIATAN.....	204
LAMPIRAN 5 KARTU KEDALI BIMBINGAN SKRIPSI	206
LAMPIRAN 5 PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	219
LAMPIRAN 6 BIODATA PENELITI	220