

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Koperasi	10
2.1.1 Prasyarat Keunggulan Koperasi	13
2.1.2 Potensi Keunggulan Koperasi	15
2.2 Pengertian Konsep Pemasaran	17
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	19

2.3.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
2.3.2	Motif Pembelian	30
2.3.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	31
2.4	Kerangka Pikir	35
2.5	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Lokasi Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.4	Metode Pengumpulan Data	40
3.5	Definisi Operasional Variabel	41
3.6	Metode Analisis Data	44
3.6.1	Analisis Data Kualitatif	44
3.6.2	Analisis Data Kuantitatif	44
BAB IV GAMBARAN UMUM		
4.1	Sejarah Singkat KPRI “Guyub Rukun” Tersono	48
4.2	Gambaran Umum Responden	51
4.2.1	Tingkat Usia Responden	51
4.2.2	Tingkat Pendidikan Responden	52
4.2.3	Jenis Pekerjaan Responden	53
4.2.4	Tingkat Pendapatan Responden	54

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Kualitatif	55
5.1.1 Keaneekaragaman Produk (X_1)	55
5.1.2 Variabel Pelayanan (X_2)	58
5.1.3 Variabel Harga (X_3)	61
5.1.4 Perilaku Konsumen (Y)	64
5.2 Analisis Kuantitaif	68
5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	68
5.2.2 Koefisien Determinasi	69
5.2.3 Pengujian Hipotesisi	69
5.2.3.1 Uji t	70
5.2.3.2 Uji F	73

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN