

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, SITUASIONAL DAN**

**GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KEPUTUSAN**

**PEMBELIAN DI PASAR TRADISIONAL**

**(Studi Pada Konsumen Pasar Lama Dan Pasar Baru Banjarmasin Tengah)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

**YUNITA MUTIARA DEWI**

**NIM: 2110412220018**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**BANJARMASIN**

**2025**

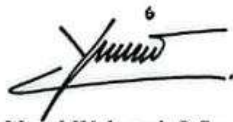
## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, SITUASIONAL DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP PERILAKU KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR  
TRADISIONAL (STUDI PADA KONSUMEN PASAR LAMA DAN PASAR  
BARU BANJARMASIN TENGAH)

- A. Nama Mahasiswa : Yunita Mutiara Dewi  
NIM : 2110412220018
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing  
Dr. Maryono M.Sos, M.Si : (.....)  
NIP. 197606132006041001
- b. Penguji I  
Dr. H. Hairudinor, S. Sos, MM : (.....)  
NIP. 195608081900284031
- c. Penguji II  
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM : (.....)  
NIP.19891207201712104001

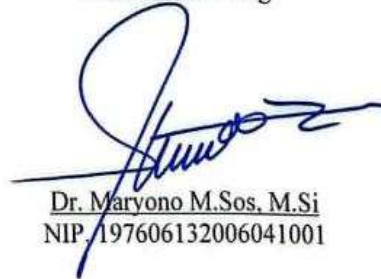
Banjarmasin, 21 November 2025

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M. AB  
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Dr. Maryono M.Sos, M.Si  
NIP. 197606132006041001

Mengetahui  
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si  
NIP. 197301221998021001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Faktor Psikologis, Situasional Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional (Studi Pada Konsumen Pasar Lama dan Pasar Baru Banjarmasin Tengah)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Bapak Dr Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H.Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji I Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyempurnaan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan sehingga penulis sampai ditahap ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi khususnya dalam bidang pemasaran. Akhir kata, penulis berharap semoga segala usaha dan kerja keras yang telah dicurahkan dalam penyusunan skripsi ini mendapatkan ridha dan keberkahan dari Allah SWT. Aamiin.

Banjarmasin, 21 November 2025



Yunita Mutiara Dewi  
2110412220018

## PERSEMBAHAN

Saya Panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan Hidayat-nya, serta tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku Alm. Bapak Rabawi dan Pintu Surgaku, Ibu Sri Hartini selaku kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, motivasi, kepercayaan, dukungan moral dan materil tanpa henti. Terimakasih telah mengantarkan saya sampai di tahap ini, karya tulis sederhana ini saya persembahkan sebagai perwujudan bakti saya karena beliau telah menjadi figur orang tua terbaik bagi saya.
2. Saudara kandung saya Nanang Septiawan, Miftah Intan Saufika dan Jessica Kristalia Hapsari terimakasih atas dukungan serta doa yang tak pernah putus selama perjalanan panjang dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan dan dorongan yang membuat saya tetap bertahan di tengah tantangan.
3. Sahabat-sahabat saya Umi Fatonah, Siti Nurhasanah, Syarla Maharani Anita Putri dan Fitriyani. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah dan tawa yang selalu ada di saat-saat sulit. Dukungan, candaan dan kebersamaan kalian membuat proses ini lebih ringan dan berwarna. Tanpa kalian, perjuangan ini pasti terasa lebih berat.

4. Rekan-rekan seperjuangan saya Delia Putri, Rossa Elissa Putri, Noor Rayna Suhana Harlianty, Alda Aulia Futri, Aprilia Gianti Putri dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini yang selalu menemani, memberi semangat dan berbagi pengalaman selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar Kopma ULM yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik dan pengembangan diri saya. Terima kasih atas kerjasama dan pengalaman berharga yang saya dapatkan selama menjadi bagian dari organisasi ini. Setiap tantangan dan kebersamaan yang kita lalui telah memberikan pelajaran berharga yang tidak hanya membentuk saya sebagai individu, tetapi juga memperkaya perspektif saya dalam berbagai aspek kehidupan.
6. Dan terakhir, untuk diriku sendiri. Terimakasih telah bertahan, berjuang dan tidak menyerah dalam melewati setiap tantangan hingga berada di titik ini. Perjalanan ini bukan hanya tentang hasil, namun proses pendewasaan diri dan tekad untuk membuktikan motto hidup “Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan saya ucapkan terimakasih atas doa, dukungan dan harapan yang telah mengiringi di setiap proses, perjuangan dan pencapaian dalam penyusunan karya ini, semoga skripsi ini dapat menjadi saksi bahwa saya telah berusaha sebaik mungkin.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 21 November 2025

Yang membuat pernyataan,



**Yunita Mutiara Dewi**

NIM. 2110412220018

### **ABSTRAK**

Yunita Mutiara Dewi, 2110412220018, Pengaruh Faktor Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi Pada Konsumen Pasar Lama dan Pasar Baru Banjarmasin Tengah). Di bawah bimbingan Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan Faktor Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi Pada Konsumen Pasar Lama dan Pasar Baru Banjarmasin Tengah). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, tipe penelitian eksplanatori (*explanatory research*), populasi dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan koesioner. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda melalui alat bantu SPSS versi 26,0.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Faktor Psikologis berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, Situasional berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, Gaya Hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian, Faktor Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Faktor Psikologis, Situasional, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Yunita Mutiara Dewi 2110412220018, The Influence of Psychological Factors, Situational and Lifestyle on Purchasing Decision Behavior in Traditional Markets (Studi on the Consumers of Pasar Lama And Pasar Baru in Central Banjarmasin). Under the guidance of Maryono.*

*This study aims to determine and test the significant influence partially and simultaneously of Psychological Factors, Situational and Lifestyle on Purchasing Decisions in Traditional Markets (Study on the Consumers of Pasar Lama and Pasar Baru in Central Banjarmasin). The research approach used was a quantitative approach, explanatory research type, and the population and sample of this study were 100 respondents using accidental sampling technique. Data collection technique used questionnaires. Data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis using SPSS version 26.0.*

*The results of this study prove that Psychological Factors have a partial significant influence on Purchasing Decisions, Conditional has a partial significant influence on Purchasing Decisions, Lifestyle has a partial significant influence on Purchasing Decisions, Psychological Factors, Conditional and Lifestyle have a simultaneous significant influence on Purchasing Decisions.*

***Keywords: Psychological Factors, Situational, Lifestyle, Purchasing Decisions***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.1.3 Konsep Pemasaran .....	15
2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran .....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	20
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	24
2.1.3 Faktor Psikologis.....	28
2.1.3.1 Pengertian Faktor Psikologis .....	28
2.1.3.2 Indikator Faktor Psikologis .....	30
2.1.4 Situasional .....	30
2.1.4.1 Pengertian Situasional.....	30
2.1.4.2 Indikator Situasional .....	31
2.1.5 Gaya Hidup .....	32

2.1.5.1	Pengertian Gaya Hidup .....	32
2.1.5.2	Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	33
2.1.5.3	Indikator Gaya Hidup.....	36
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	36
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
2.1.6.2	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.1.6.3	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	39
2.1.6.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	43
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	44
2.3	Hipotesis Penelitian.....	57
2.3.1	Kausalitas Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
2.3.2	Kausalitas Situasional Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
2.3.3	Kausalitas Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
2.3.4	Kausalitas Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
2.4	Model Penelitian .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>63</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	63
3.2	Desain Penelitian.....	63
3.3	Lokasi Penelitian.....	63
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling .....	64
3.4.1	Populasi.....	64
3.4.2	Besar Sampel.....	64
3.4.3	Teknik Sampling .....	65
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	66
3.5.1	Variabel Bebas ( <i>Independen</i> ) .....	66
3.5.1.1	Faktor Psikologis (X1) .....	66
3.5.1.2	Situasional (X2) .....	67
3.5.1.3	Gaya Hidup (X3).....	68
3.5.2	Variabel Terikat ( <i>Dependen</i> ).....	68
3.5.2.1	Keputusan Pembelian (Y) .....	68
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.7	Teknik Analisa Data.....	72
3.7.1	Skala Pengukuran.....	72

3.7.2 Deskriptif Statistik .....	72
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	73
3.7.3.1 Uji Validitas .....	73
3.7.3.2 Uji Reliabilitas .....	74
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	74
3.7.4.1 Uji Normalitas .....	74
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas .....	75
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	75
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
3.7.6 Alat Uji Hipotesis .....	76
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji T) .....	76
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F) .....	77
3.7.6.3 Koefisien Determinasi .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
4.1 Profil Responden .....	78
4.1.1 Jenis Kelamin .....	78
4.1.2 Usia .....	79
4.1.3 Pendapatan .....	80
4.1.4 Tingkat Pendidikan Terakhir .....	81
4.2 Analisis Statistik deskriptif .....	82
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Faktor Psikologis (X1) .....	82
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Situasional (X2) .....	92
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Gaya Hidup (X3) .....	98
4.2.4 Analisis statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	105
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	114
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	114
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	115
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	116
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	116
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	118
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	119
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	120
4.6 Alat Uji Hipotesis .....	121
4.6.1 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji-T) .....	121

4.6.2 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Uji-F).....	123
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	124
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL.....</b>	<b>125</b>
5.5 Interpretasi Hasil .....	125
5.5.1 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian ....	125
5.5.2 Pengaruh Situasional Terhadap Keputusan Pembelian.....	125
5.5.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	126
5.5.4 Pengaruh Faktor Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	126
5.6 Implikasi Penelitian.....	127
5.6.1 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian ....	127
5.6.2 Pengaruh Situasional Terhadap Keputusan Pembelian.....	127
5.6.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	128
5.6.4 Pengaruh Faktor Psikologis, Situasional dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
5.7 Keterbatasan Penelitian.....	130
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>131</b>
6.1 Kesimpulan .....	131
6.2 Saran.....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>136</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>165</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	70
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	72
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	72
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	79
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan .....	80
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	81
Tabel 4.5	Memilih berbelanja di pasar tradisional karena harga lebih terjangkau.....	82
Tabel 4.6	Terdorong berbelanja kebutuhan pokok di pasar tradisional .....	83
Tabel 4.7	Produk di pasar tradisional sesuai dengan kualitas yang ditawarkan .....	84
Tabel 4.8	Pedagang di pasar tradisional ramah dalam melayani pembeli .....	85
Tabel 4.9	Sudah terbiasa membeli barang kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional.....	86
Tabel 4.10	Berbelanja kembali di pasar tradisional karena pengalaman sebelumnya.....	87
Tabel 4.11	Belajar dari keluarga atau orang terdekat untuk memilih berbelanja di pasar tradisional.....	88
Tabel 4.12	Memiliki penilaian baik terhadap transaksi di pasar tradisional karena suasananya lebih interaktif .....	89
Tabel 4.13	Percaya pasar tradisional menawarkan produk yang layak .....	90
Tabel 4.14	Merasa puas setelah berbelanja di pasar tradisional .....	91
Tabel 4.15	Tertarik berbelanja di pasar tradisional karena lokasi pasar yang mudah dijangkau .....	92
Tabel 4.16	Ketersediaan area parkir di pasar tradisional memadai .....	93
Tabel 4.17	Memilih berbelanja di pasar tradisional karena dapat menyesuaikan waktu kesibukan harian .....	94
Tabel 4.18	Mempertimbangkan waktu tertentu untuk berbelanja di pasar tradisional agar lebih leluasa memilih barang.....	95
Tabel 4.19	Suasana di pasar tradisional lebih ramai dan hidup .....	96
Tabel 4.20	Merasa aman berbelanja di pasar tradisional yang ada petugas keamanan atau pengelola pasar.....	97
Tabel 4.21	Lebih memilih aktivitas berbelanja langsung di pasar tradisional daripada berbelanja <i>online</i> .....	98
Tabel 4.22	Berbelanja di pasar tradisional untuk mendapatkan barang dalam waktu singkat .....	99
Tabel 4.23	Saya menikmati proses tawar menawar harga saat berbelanja di pasar tradisioal .....	100
Tabel 4.24	Saya tertarik mencari produk organik di pasar tradisional .....	101

Tabel 4.25 Suasana khas dan nilai budaya di pasar tradisional menarik minat saya berbelanja .....	102
Tabel 4.26 Berbelanja di pasar tradisional mencerminkan gaya hidup hemat dan bijak .....	103
Tabel 4.27 Keberadaan pasar tradisional perlu dipertahankan di tengah kemajuan teknologi .....	104
Tabel 4.28 Mencari informasi pasar sebelum berbelanja di pasar tradisional .	105
Tabel 4.29 Sudah menentukan produk apa yang saya butuhkan sebelum berbelanja di pasar tradisional.....	106
Tabel 4.30 Mempertimbangkan harga dan kualitas produk di pasar tradisional.....	107
Tabel 4.31 Mencari rekomendasi pasar terlebih dahulu sebelum memilih berbelanja di pasar tradisional.....	108
Tabel 4.32 Cenderung membeli produk di pedagang langganan .....	109
Tabel 4.33 Memilih berbelanja di pasar tradisional karena yakin dengan kualitas produknya .....	110
Tabel 4.34 Merasa puas setelah berbelanja di pasar tradisional .....	111
Tabel 4.35 Cenderung membeli ulang produk di pasar tradisional .....	112
Tabel 4.36 Merekomendasikan pasar tradisional kepada orang lain .....	113
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas.....	114
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas.....	115
Tabel 4.39 Hasil Uji Normalitas .....	116
Tabel 4.40 Hasil Uji Multikolonieritas .....	118
Tabel 4.41 Hasil Analisis Regresi.....	120
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	122
Tabel 4.43 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Uji F).....	123
Tabel 4.44 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	124
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	114
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	115
Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas .....	116
Tabel 5.4 Hasil Uji Multikolonieritas .....	118
Tabel 5.5 Hasil Analisis Regresi.....	120
Tabel 5.6 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	122
Tabel 5.7 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Uji F).....	123
Tabel 5.8 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Konsep Inti Pemasaran .....	15
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	21
Gambar 2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 2.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 2.5 Model Penelitian .....	62
Gambar 4.3 Hasil Scatterplot .....	119