

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus , peneliti akhirnya dapat menyelesaikan karya yang sangat sederhana ini dengan judul “**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP MEREK DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU MEMBELI PRODUK FASHION PADA REMAJA SMA PANCA BUDI MEDAN**”

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, seharusnya peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Wiwik Sulistyaningsih, M.Si sebagai Ketua Prodi Magister Psikologi Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Kaiman Turnip, M.Si sebagai Pembimbing II dalam penulisan Tesis ini.
3. Ibu Suryani Hardjo, S.Psi, MA selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan memberikan saran dan kritik yang sangat berarti, serta memotivasi peneliti untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Kepala Sekolah SMA Panca Budi Medan yang telah memberikan kesempatan dan peluang kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang peneliti butuhkan.
5. Kepada seluruh keluarga : yang selalu mendukung dengan semangat dan do'a dari awal kuliah hingga selesainya sidang tesis ini

6. Teman-teman seperjuangan satu angkatan di minat Psikologi Industri dan Organisasi yang banyak memberi masukan dan motivasi, terimakasih atas kerjasama dan informasi yang telah diberikan.

Akhirnya peneliti hanya berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat dan semoga Allah melimpahkan pahala atas segala amal baik yang telah peneliti terima.

Medan, April 2014

Peneliti



Jasbir, S

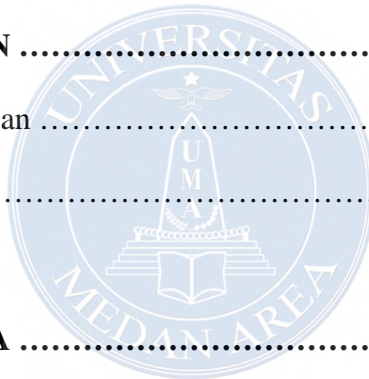
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>I</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>II</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>VII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
A. Perilaku Membeli .....	9
1. Definisi Perilaku Membeli .....	9
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli .....	11
3. Aspek yang Mempengaruhi Perilaku Membeli.....	18
B. Persepsi terhadap Merek .....	19

1. Pengertian Persepsi .....	19
2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	21
3. Pengertian Persepsi terhadap Merek .....	23
4. Aspek yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Merek .....	25
C. Konformitas .....	26
1. Pengertian Konformitas .....	26
2. Faktor yang Mempengaruhi Konformitas .....	28
3. Aspek Konformitas .....	30
D. Hubungan Persepsi Terhadap Merek Dengan Perilaku Pembeli..	32
E. Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Membeli .....	33
F. Hubungan antara Persepsi Terhadap Merek Dengan Konformitas terhadap Perilaku Membeli .....	36
G. Kerangka Penelitian .....	37
H. Hipotesa .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Lokasi Penelitian .....	39
B. Jenis Penelitian .....	39
C. Identifikasi Variabel Penelitian .....	39
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	40
E. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	41
F. Metode Pengumpulan Data .....	42

G. Validitas Dan Realiabilitas Alat Ukur .....	44
--	----

<b>BAB IV PELAKSAAN,ANALISIS DATA,HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Orientasi kancah dan persiapan .....	49
B. Analisis data dan hasil penelitian .....	57
C. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1 : Kisi-kisi penyebaran iatem skala Perilaku berorientasi Pelanggan .....	46
Tabel. 2 : Kisi-kisi penyebaran iatem skala Perilaku Prososial ...	46
Tabel. 3 : Kisi-kisi penyebaran iatem skala Kemampuan Empati ...	47
Tabel. 4 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Berorientasi Pelanggan Sebelum Uji Coba.....	55
Tabel. 5 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Prososial Sebelum Uji Coba.....	56
Tabel. 6 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kemampuan Empati Sebelum Uji Coba.....	57
Tabel. 7 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Prososial Setelah Uji Coba.....	59
Tabel. 8 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kemampuan Empati Setelah Uji Coba.....	60
Tabel. 9 : Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Berorientasi Pelanggan Setelah Uji Coba.....	61
Tabel. 10 : Rangkuman hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran..	63
Tabel. 11 : Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan	64
Tabel. 12 : Rangkuman Hasil Perhitungan Analisis Regresi .....	65
Tabel. 13 : Rangkuman Hasil Perhitungan Perbandingan Bobot Variabel Bebas .....	65
Tabel. 14 : Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Data Uji Coba.....</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Analisis.....</b>
<b>Lampiran 3 Data Penelitian.....</b>
<b>Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi.....</b>
<b>Lampiran 5 Merk Yang Dipakai.....</b>
<b>Lampiran 6 Angket.....</b>

