

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fenomena Bisnis	6
1.3. Research GAP	8
1.4. Perumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Kegunaan Penelitian	11

BAB II Telaah Pustaka dan pengembangan Model

2.1. Keunggulan Bersaing Produk	12
2.2. Kualitas Produk	12
2.3. Design Produk	15

2.4. Inovasi Teknologi	16
2.5. Minat Beli Konsumen	19
2.6. Rujukan Penelitian Terdahulu.....	24
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.8. Dimensional Variabel	29
2.9. Hipotesis	30
2.10. Uji Logical Conection.....	31

BAB III Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian.....	38
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3. Populasi dan Sample	
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sample.....	39
3.4. Merode Pengumpulan Data.....	40
3.5. Analisis Data	
3.5.1. Uji Validitas	42
3.5.2. Uji Realibilitas	42
3.5.3. Analisis Data.....	43
3.5.4. Uji Kesesuaian dan Statistik	48

BAB IV Analisa Data dan Pembahasan

4.1. Data dan Deskriptif Responden	51
4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2. Responden Berdasarkan Usia	52

4.1.3. Angka Indeks	53
4.1.3.1. Presepsi Responden Mengenai Kualitas Produk.....	54
4.1.3.2. Presepsi Responden Mengenai Design Produk.....	55
4.1.3.3. Presepsi Responden Mengenai Inovasi Teknologi	57
4.1.3.4. Presepsi Responden Mengenai Keunggulan Bersaing.....	58
4.1.3.5. Presepsi Responden Mengenai Minat Beli	60
4.2. Proses dan Hasil Analisis Data	61
4.2.1. Analisis Factor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	61
4.2.1.1. Uji Konfirmatori Konstruk Eksogen	61
4.2.1.2. Uji Konfirmatori Konstruk Endogen	63
4.2.2. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	65
4.2.3. Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	67
4.2.3.1. Normalitas Data	67
4.2.3.2. Evaluasi <i>Outliers</i>	68
4.2.3.3. Pengujian terhadap Nilai Residual.....	69
4.2.3.4. Uji Validitas Konstruk	71
4.2.3.4.1. <i>Convergent Validity</i>	71
4.2.3.4.2. <i>Variance Extracted</i>	72
4.2.3.4.3. <i>Construct Reliability</i>	73
4.3. Pengujian Hipotesis	74
4.3.1. Pengujian Hipotesis 1	75
4.3.2. Pengujian Hipotesis 2	75
4.3.3. Pengujian Hipotesis 3	75

4.3.4. Pengujian Hipotesis 4	76
4.3.5. Pengujian Hipotesis 5	76

BAB V Kesimpulan dan Implikasi Penelitian

5.1. Ringkasan Penelitian.....	77
5.2. Analisis Data	77
5.2.1. Pengaruh kualitas produk dengan keunggulan bersaing produk.....	77
5.2.2. Pengaruh design produk dengan keunggulan bersaing produk.....	79
5.2.3. Pengaruh Inovasi teknologi dengan keunggulan bersaing produk	79
5.4.4. Pengaruh keunggulan bersaing produk dengan minat beli	81
5.4.5. Pengaruh design produk produk dengan minat beli.....	82
5.3. Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	82
5.4. Implikasi Teori.....	86
5.5. Implikasi Manajerial	88
5.6. Keterbatasan Penelitian.....	90
5.7. Penelitian Yang Akan Datang.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92