

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Sertifikat.....	ii
Halaman Pengesahan Tesis.....	iii
Persembahan	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Tujuan Penelitian	7
1.4.2. Manfaat Peneltian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2. <i>Purchase Intention</i>	12
2.1.3. <i>Service Encounter</i>	13
2.1.4. <i>Service Convenience</i>	16

2.1.5. <i>Product Knowledge</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1. Pengaruh <i>Service Encounter</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
2.3.2. Pengaruh <i>Service Encounter</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.3. Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2.3.4. Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.5. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
2.3.6. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.7. Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5 Hipotesis Penelitian	37
2.6 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.2.1. Populasi	39
3.2.2. Sampel.....	40
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Variabel Penelitian.....	43
3.5 Teknik Analisis	44
3.5.1. Analisis Deskriptif	44
3.5.2. Analisis Inferensial.....	45
3.5.2.1 Tahap <i>Measurement Model</i>	47

3.5.2.2 Tahap Persamaan Struktural Model	47
3.5.2.3 Tahapan Pemodelan dengan Analisis Persamaan Struktural	48
BAB IV KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
4.1 Pendahuluan	59
4.2 Gambaran Umum Responden	60
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2. Responden Berdasarkan Umur	61
4.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	63
4.3.1. Variabel <i>Service Encounter</i>	64
4.3.2. Variabel <i>Service Convenience</i>	65
4.3.3. Variabel <i>Product Knowledge</i>	66
4.3.4. Variabel <i>Purchase Intention</i>	67
4.3.5. Variabel Keputusan Pembelian	68
4.4 Analisis Konfirmatori	69
4.4.1. Analisis <i>Standardized Regression Weight</i>	69
4.4.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Service Encounter</i> ..	69
4.4.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Service Convenience</i>	72
4.4.1.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Product Knowledge</i>	75
4.4.1.4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Purchase Intention</i> .	77
4.4.1.5 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Keputusan Pembelian	80
4.4.2. Uji Validitas Deskriminan Variabel Eksogen	83

4.4.3. Uji Validitas Deskriminan Variabel Endogen.....	87
4.4.4. <i>Reability Construct</i> dan <i>Variance Extracted</i>	89
4.5 Pengujian Asumsi <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	90
4.5.1. Estimasi Normalitas Data.....	90
4.5.2. Evaluasi Outliers	92
4.5.3. Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Sinfularity</i>	92
4.5.4. Evaluasi Nilai Residual.....	93
4.6 Pengujian Kelayakan Model	93
4.7 Pengujian Hipotesis.....	96
4.7.1. Pengujian Hipotesis 1	97
4.7.2. Pengujian Hipotesis 2.....	97
4.7.3. Pengujian Hipotesis 3.....	97
4.7.4. Pengujian Hipotesis 4.....	97
4.7.5. Pengujian Hipotesis 5.....	98
4.7.6. Pengujian Hipotesis 6.....	98
4.7.7. Pengujian Hipotesis 7.....	98
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	102
5.3 Implikasi Teoritis	105
5.4 Implikasi Manajerial	107
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	109
Daftar Pustaka	110
Lampiran-Lampiran	114