

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	17
1.5 Sistematika Penulisan .....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	19
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 Theory of Planned Behaviour .....	19
2.1.2 Perilaku konsumen .....	21
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4 Minat Beli .....	27
2.1.5 Persepsi Harga .....	30
2.1.6 Fitur .....	31
2.1.7 Citra Merek .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	36
2.3.1 Pengaruh Fitur Terhadap Minat Beli .....	36
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	37
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	38
2.3.4 Pengaruh Minat beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.4 Kerangka Pemikiran .....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	41

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1 Data Primer .....	45
3.3.2 Data Sekunder .....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Kuesioner .....	46
3.5 Metode Analisis Data .....	47
3.5.1 Uji Validitas .....	48
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian .....	58
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.2.1 Analisis Jawaban Terhadap Fitur.....	59
4.2.2 Analisis Jawaban Terhadap Persepsi Harga .....	60
4.2.3 Analisis Jawaban Terhadap Citra Merek .....	61
4.2.4 Analisis Jawaban Terhadap Minat Beli.....	62
4.2.5 Analisis Jawaban Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.3 Hasil Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	64
4.3.1 Hasil Kualitas Instrumen dan Data.....	65
4.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> Data .....	69
4.3.3 <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularit</i> .....	71
4.3.4 Uji Confirmatory Factor Analysis .....	71
4.4 Analisis Full SEM .....	82
4.4.1 Uji Full Model SEM .....	82
4.4.2 Uji Nilai Residual .....	83
4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	84
4.4.4 Uji Sobel Test.....	86
4.5 Intrepretasi Hasil .....	90
4.5.1 Pengaruh Fitur Terhadap Minat Beli .....	90

4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	90
4.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	91
4.5.4 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	92
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	94
5.2 Implikasi Teoritis .....	96
5.3 Implikasi Menejerial.....	97
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	99
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>