

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	17
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3 Minat Beli	23
2.1.4 Citra Merek	25
2.1.5 Persepsi Harga	26
2.1.6 Kualitas Produk.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	32

2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	33
2.3.4 Pengaruh Minat beli Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder	42
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Kuesioner	42
3.5 Metode Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Karakteristik Responden	52
4.2. Hasil Analisis	54
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.2.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> – Pengujian Validitas dan Reliabilitas Konstruk	59
4.2.3. Data Screening dan Uji Asumsi	73
4.2.4. Analisis Structural Equation Model (SEM)	78
BAB V	85
PENUTUP	85
5.1. Kesimpulan	85
5. 2 . Implikasi	87
5.2.1 Implikasi Teoritis	87
5.2.2 Implikasi Manajerial	89
5.3. Keterbatasan dan Arah Penelitian Masa Depan	90

5.4. Saran	91
DAFTAR LAMPIRAN.....	95