

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penelitian	7
BAB II	10
TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Theory of Planned Behavior.....	10
2.1.2 Inovasi Produk.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	13
2.1.4 Citra Merek	14
2.1.5 Kualitas Layanan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek	22
2.3.5 Pengaruh inovasi produk terhadap citra merek	23

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
BAB III.....		25
METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	25
3.1.1	Variabel Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1	Jenis Data	29
3.3.2	Sumber Data.....	29
3.4	Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1	Kuesioner	30
3.4.2	Studi Literatur	31
3.5	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1	Uji Instrumen	32
3.5.2	Tahapan Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	34
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.2	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	43
4.3	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	47
4.3.4	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.2.4	persebaran Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Pribadi 1 Bulan Terakhir.....	50
4.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	54
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Inovasi Produk	55
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek	56
4.3.4	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	58
4.4	Hasil Analisis Data.....	59

4.4.1 Hasil Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA)	59
4.4.3 Asumsi SEM	70
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	75
4.4.5 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	79
4.5 Pembahasan.....	81
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V.....	85
PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi Penelitian.....	86
5.2 Keterbatasan Penelitian	92
5.3 Saran Untuk Penelitian Mendatang	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96
LAMPIRAN B TABULASI DATA HASIL SURVEI.....	106