

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengetahuan Konsumen	14
2.1.1.1 <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk).....	15
2.1.1.2 Pengetahuan Pembelian	17
2.1.1.3 Pengetahuan Pemakaian.....	18
2.1.2 <i>Perceived Quality</i>	18
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	20
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	23
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	36
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	37
2.4 Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	39
3.1.1 Variabel Penelitian	39
3.1.1.1 <i>Purchase Intention</i>	40
3.1.1.2 <i>Product Knowledge</i>	40
3.1.1.3 <i>Perceived Quality</i>	40

3.1.1.4 <i>Perceived Risk</i>	41
3.1.1.5 <i>Perceived Value</i>	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	41
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	47
3.5.1.1 Uji Validitas.....	48
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	48
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	49
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	49
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.3.1 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	51
3.5.3.1.1 Uji Koefisien Determinasi.....	51
3.5.3.1.2 Uji Statistik F.....	51
3.5.3.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	53
4.1.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53

4.1.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
4.2 Analisis Data	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	59
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	60
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.4 Analisis Regresi Berganda	62
4.2.4.1 Koefisien Determinasi.....	62
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	63
4.2.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	64
4.3 Interpretasi Hasil.....	65
4.3.1 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	66
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	66
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	67
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intentio</i>	67
BAB V PENUTUP	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Keterbatasan	70
5.3 Saran.....	71

5.3.1 Implikasi Kebijakan.....	71
5.3.2 Saran Penelitian yang akan datang	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN