

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
1.4 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	18
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	21

2.1.3	Persepsi Harga	23
2.1.4	Kualitas Produk.....	24
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	25
2.1.6	Minat Beli	27
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Hubungan Antar Variable	32
2.3.1	Hubungan Antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli	32
2.3.2	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli	33
2.3.3	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	34
2.3.4	Hubungan Antara Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4	Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III		36
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variable	36
3.1.1	Variabel Penelitian.....	36
3.1.2	Definisi Operasional	36
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1	Data Primer	40
3.3.2	Data Sekunder	41
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	41

3.4.1	Kuisisioner.....	41
3.5	Metode Analisis Data.....	42
3.6	Structural Equation Modeling (SEM).....	42
3.7	Langkah – Langkah Structural Equation Modeling (SEM).....	43
3.7.1	Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	43
3.7.2	Penyusunan Diagram Alur.....	44
3.7.3	Pengkoreksian Diagram Alur ke Persamaan Struktural.....	44
3.7.4	Pemilihan Matriks Iput dan Teknik Estimasi.....	44
3.7.5	Menilai Problem Identifikasi.....	45
3.7.6	Menilai Kriteria Goodness-of-Fit.....	45
3.7.7	Interprestasi dan Modifikasi Model.....	49
BAB IV	50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	50
4.2	Analisis SEM (Structural Equation Modeling).....	53
4.2.1	Uji Normalitas.....	54
4.2.2	Uji Outlier.....	55
4.2.3	Uji Multikolinearitas.....	57
4.3	Uji CFA (Confirmatory Factor Analysis).....	58
4.3.1	Uji CFA Variable Eksogen.....	58
4.3.2	Uji CFA Variabel Endogen.....	70

4.3.3	Uji Struktural dan Analisis Persamaan SEM	79
4.3.4	Uji Validitas Konstruk	85
4.3.5	Uji Validitas dengan Uji Convergent Validitas	86
4.3.6	Uji AVE dan Uji CR	87
4.3.7	Uji Hipotesis	91
4.4	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	93
4.4.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>).....	93
4.4.2	Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>)	94
4.4.3	Uji Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>).....	95
4.5	Interprestasi Hasil	95
4.5.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	95
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	97
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	97
4.5.4	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	98
BAB V	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Implikasi Manajerial	100
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	110