

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Pertanyaan Penelitian	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II.....	22
TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Perilaku konsumen.....	22
2.1.2 Keputusan Pembelian	23
2.1.3 Minat Beli	26
2.1.4 Motivasi Konsumen.....	28
2.1.5 Persepsi Kualitas.....	30
2.1.6 Sikap Konsumen	31
2.1.7 Citra Merek	32
2.2 Penguat Hubungan Antar Variabel.....	34
2.2.1 Pengaruh motivasi konsumen terhadap minat beli	34
2.2.2 Pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli	34

2.2.3 Pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli	35
2.2.4 Pengaruh citra merek terhadap minat beli	35
2.2.5 Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian.....	35
2.3 Penelitian Terdahulu.....	36
2.4 Hipotesis	44
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1 Variabel penelitian	46
3.1.2 Definisi Operasional	47
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel	55
3.3 Jenis Sumber Data	56
3.4 Metode Pengumpulan Data	57
3.4.1 Kuesioner	57
3.5 Metode Analisis Data	58
BAB IV	63
HASIL DAN ANALISIS	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1 Gambaran Umum Datsun	63
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 Analisis Data	67
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian	67
4.2.1.1 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi Konsumen	68
4.2.1.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	69
4.2.1.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	70

4.2.1.4 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	71
4.2.1.5 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli	72
4.2.1.6 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	73
4.3. Interpretasi Hasil	74
4.3.1 Analisis Konfirmatori (<i>Confirmantory Factor Analysis</i>)	74
4.3.1.1 Analisis Konfirmatori (CFA) Motivasi Konsumen	75
4.3.1.2 Analisis Konfirmatori (CFA) Persepsi Kualitas	77
4.3.1.3 Analisis Konfirmatori (CFA) Sikap Konsumen	78
4.3.1.4 Analisis Konfirmatori (CFA) Citra Merek	80
4.3.1.5 Analisis Konfirmatori (CFA) Minat Beli	81
4.3.1.6 Analisis Konfirmatori (CFA) Keputusan Pembelian	83
4.3.1.7 Analisis Konfirmatori (CFA) Kontstruk Eksogen	84
4.3.1.8 Analisis Konfirmatori (CFA) Kontstruk Endogen	88
4.3.2 Analisis <i>Full Model SEM</i>	90
4.3.2.1 Asumsi SEM	94
4.3.2.1.1 Evaluasi Normalitas Data	94
4.3.2.1.2 Evaluasi <i>Outlier</i> Data	95
4.3.2.1.3 Evaluasi Nilai Residual	99
4.3.2.1.4 Pengujian Hipotesis	100
BAB V	103
PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Implikasi Manajerial	104
5.3 Keterbatasan Penelitian	106
5.4 Saran untuk Peneliti ana Mendatang	106
DAFTAR PUSTAKA	107