

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
<i>ABSTRAK</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR PERSAMAAN .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	8
1.4    Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1    Landasan Teori .....	11
2.1.1    Perilaku Konsumen .....	11
2.1.3    Minat Beli .....	14
2.1.4    Persepsi Harga.....	15
2.1.5    Persepsi Kualitas .....	16
2.1.6    Persepsi Risiko .....	17
2.1.7 <i>Intrinsic Cues</i> .....	18
2.1.8 <i>Extrinsic Cues</i> .....	19
2.1.9    Familiaritas.....	19
2.1.9 <i>Gender</i> .....	20
2.2    Penelitian Terdahulu.....	22
2.3    Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.4    Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	26
3.1.1    Variabel Penelitian .....	26
3.1.2    Definisi Operasional.....	26
3.2    Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1    Populasi .....	28

Halaman

3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4.1 Kuesioner .....	31
3.4.2 Studi Pustaka.....	31
3.5 Metode Analisis.....	32
3.5.1 Analisis Angka Indeks .....	32
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.5.2.1 Uji Validitas .....	33
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	34
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas .....	34
3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	35
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.5.5 Uji Kelayakan Model .....	36
3.5.5.1 Uji Anova .....	36
3.5.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	36
3.5.6 Uji Kausalitas .....	37
3.5.7 Uji Beda .....	38
3.5.7.1 Uji Perbedaan Rata-Rata Dua Kelompok Saling Bebas (Uji T)..	38
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1 Deskripsi Responden .....	39
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	39
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	40
4.2.1 Analisis Angka Indeks .....	40
4.2.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ) .....	40
4.2.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas ( $X_2$ ).....	41
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Intrinsic Cues</i> ( $X_4$ ) .....	42
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Extrinsic Cues</i> ( $X_5$ ) .....	43
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Familiaritas ( $X_6$ ) .....	43
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	44
4.3 Analisis Data .....	45
4.3.1.1 Uji Validitas .....	45
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	47
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	47

	Halaman
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas .....	49
4.3.2.3 Uji Heterokeditas.....	50
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.3.4 Uji Kelayakan Model .....	53
4.3.4.1 Uji Anova .....	53
4.3.5 Uji Kausalitas.....	54
4.3.6 Uji Perbedaan Rata-Rata Dua Kelompok Saling Bebas (Uji T).....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Implikasi Teoritis .....	68
5.3 Implikasi Manajerial.....	72
5.4 Saran Penelitian Mendatang .....	75
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>