

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian..... | 12 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.3.2. Kegunaan Penelitian | 13 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 15 |
| 2.1.1. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>) | 15 |
| 2.1.2. Persepsi Nilai Pelanggan (<i>Customer Perceived Value</i>)..... | 19 |
| 2.1.3. Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)..... | 22 |
| 2.1.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 24 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 32 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian | 35 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 36 |
| 3.1.1. Variabel Penelitian..... | 36 |
| 3.1.2. Definisi Operasional | 38 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 3.2 | Penentuan Populasi dan Sampel..... | 42 |
| 3.2.1. | Populasi..... | 42 |
| 3.2.2. | Sampel..... | 43 |
| 3.2.3. | Teknik Pengambilan Sampel..... | 44 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 44 |
| 3.3.1. | Data Primer..... | 44 |
| 3.3.2. | Data Sekunder..... | 44 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.5 | Skala Pengukuran..... | 45 |
| 3.6 | Metode Analisis Data..... | 46 |
| 3.7 | Uji Reliabilitas dan <i>Variance Ectract</i> | 55 |
| 3.7.1. | Uji Reliabilitas..... | 55 |
| 3.7.2. | <i>Variance Ectract</i> | 56 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 57 |
| 4.1 | Gambaran Umum Responden..... | 57 |
| 4.1.1. | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur..... | 57 |
| 4.1.2. | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 58 |
| 4.1.3. | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 59 |
| 4.1.4. | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran..... | 60 |
| 4.1.5. | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis E-Toll Card Yang Digunakan..... | 60 |
| 4.2 | Hasil Analisis..... | 61 |
| 4.2.1. | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 61 |
| 4.2.1.1. | Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat | 63 |
| 4.2.1.2. | Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek..... | 64 |
| 4.2.1.3. | Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko .. | 67 |
| 4.2.1.4. | Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Nilai Pelanggan..... | 69 |
| 4.2.1.5. | Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 71 |
| 4.2.2. | Analisis SEM..... | 74 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.2.1. Uji Normalitas Data..... | 74 |
| 4.2.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)..... | 79 |
| 4.2.2.3. Analisis Full Model SEM..... | 83 |
| 4.2.2.3.1. Asumsi SEM..... | 84 |
| 4.2.2.3.2. Pengujian Hipotesis | 90 |
| 4.2.2.3.3. Kesimpulan Atas Masalah Penelitian | 96 |
| BAB V PENUTUP..... | 98 |
| 5.1 Kesimpulan Penelitian | 98 |
| 5.2 Implikasi | 99 |
| 5.2.1.Implikasi Teoritis | 99 |
| 5.2.2.Implikasi Manajerial | 103 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 106 |
| 5.4 Agenda Penelitian Mendatang | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 109 |
| LAMPIRAN A | 114 |
| LAMPIRAN B | 127 |
| LAMPIRAN C | 134 |
| LAMPIRAN D | 146 |