

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	16
2.1. Telaah Pustaka.....	16
2.1.1. Perilaku Konsumen	16
2.1.2. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	17
2.1.3. Preferensi Konsumen	18
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	20
2.1.5. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Pengaruh Antar Variabel Penelitian	31
2.3.1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Preferensi Konsumen terhadap Obat Generik.....	31
2.3.2. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Preferensi Konsumen terhadap Obat Generik	32

2.3.3. Pengaruh Kualitas terhadap Preferensi Konsumen terhadap Obat Generik	33
2.3.4. Pengaruh Persepsi terhadap Harga terhadap Preferensi Konsumen terhadap Obat Generik	34
2.3.5. Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik	35
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5. Dimensionalisasi Variabel	36
2.5.1. Keputusan Pembelian	36
2.5.2. Preferensi Konsumen	37
2.5.3. Persepsi terhadap Harga	38
2.5.4. Persepsi Kualitas	39
2.5.5. Kelompok Referensi	40
2.5.6. Pengetahuan Konsumen	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis dan Sumber Data	42
3.1.1. Data Primer	42
3.1.2. Data Sekunder	42
3.2. Populasi dan Sampling	43
3.3. Metode Pengumpulan Data	44
3.3.1. Kuesioner	44
3.3.2. Studi Kepustakaan	45
3.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data	45
3.4.1. Uji Validitas	46
3.4.2. Uji Reliabilitas	47
3.4.3. Uji Normalitas	47
3.4.4. Analisis Deskriptif	48
3.4.5. Analisis Faktor	48
3.4.6. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	49
3.4.7. Uji Hipotesis	53

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.2. Lokasi Penelitian	57
4.3. Data dan Deskripsi Responden.....	57
4.3.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	58
4.3.2. Karakteristik Responden Menurut Usia	59
4.3.3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	60
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	62
4.4. Uji Kelayakan Data.....	64
4.4.1. Uji Validitas	64
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	66
4.5. Analisis Deskriptif Penelitian	66
4.5.1. Perhitungan Angka Indeks	67
4.6. Uji <i>Construct Validity</i>	75
4.6.1. <i>Convergent Validity</i>	76
4.6.2. Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	77
4.7. Evaluasi Asumsi SEM	80
4.7.1. Uji Normalitas Data	80
4.7.2. Evaluasi <i>Outliers</i>	82
4.7.3. Evaluasi Multikolinieritas.....	83
4.7.4. Analisis Faktor Konfirmatori.....	85
4.7.5. Uji Kelayakan Full Model Penelitian	97
4.8. Analisis Hasil Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total Pengaruh	99
4.9. Pengujian Hipotesis	101
4.10. Pembahasan	103
4.10.1. Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen	104
4.10.2. Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen	104

4.10.3. Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen	105
4.10.4. Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen	106
4.10.5. Preferensi Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.....	107
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	109
5.1. Simpulan Hipotesis.....	109
5.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian	110
5.2.1. Hubungan Antara Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian melalui Preferensi Konsumen	111
5.2.2. Hubungan Antara Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian melalui Preferensi Konsumen	112
5.2.3. Hubungan Antara Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian melalui Preferensi Konsumen	113
5.2.4. Hubungan Antara Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Preferensi Konsumen	114
5.3. Implikasi Teoritis.....	114
5.4. Implikasi Manajerial.....	117
5.5. Keterbatasan Penelitian	120
5.6. Agenda Penelitian Mendatang.....	121
DAFTAR PUSTAKA	122