

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	19
1.3.1. Tujuan penelitian.....	19
1.4. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	23
2.1.1. Perilaku Konsumen	23
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3. Persepsi Harga.....	29
2.1.4. Kualitas Produk.....	32
2.1.5. Promosi	34
2.1.6. Minat Beli	36
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Hubungan Antar Variabel	43
2.3.1. Hubungan Antara Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	43
2.3.2. Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	44
2.3.3. Hubungan Antara Promosi Terhadap Minat Beli.....	45
2.3.4. Hubungan Antara Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.6. Hubungan Antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.3.7. Hubungan Antara Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	48

2.4. Kerangka Pemikiran	49
2.5. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	51
3.1.1. Variabel Penelitian	51
3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2. Populasi dan Sampel	55
3.2.1. Populasi.....	55
3.2.2. Sampel.....	55
3.3. Jenis dan Sumber Data	57
3.3.1. Data Primer	57
3.3.2. Data Sekunder	57
3.4. Teknik Pengumpulan Data	57
3.5. Teknik Analisis Data	59
3.5.1. Pengembangan Teori Berbasis Model	59
3.5.2. Menyusun Diagram Jalur	60
3.5.3. Pengubahan Diagram Jalur ke Persamaan Structural.....	60
3.5.4. Menggunakan Matriks Input dan Model Estimasi	60
3.5.5. Penilaian Identifikasi Model	61
3.5.6. Penilaian Kriteria Goodnes of Fit	61
3.5.7. Interpretasi Model	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	66
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.2. Deskripsi Umum Responden.....	67
4.2. Analisis Data	70
4.2.1. Hasil Analisis Instrumen Structural Equation Model (SEM)	70
4.2.2. Reliabilitas dan Validitas Konstruk	72
4.2.3. Hasil Asumsi Model SEM	74
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Full SEM	87
4.2.5. Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Nilai Total Pengaruh .	100

4.3. Interpretasi Hasil	102
4.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	102
4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	103
4.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	104
4.3.4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	104
4.3.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	105
4.3.6. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	106
4.3.7. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	107
BAB V PENUTUP.....	108
5.1. Kesimpulan Masalah Penelitian	108
5.2. Implikasi Teoritis	110
5.3. Implikasi Manajerial.....	114
5.4. Keterbatasan Penelitian	116
5.5. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118

FEB UNDIP