

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 ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Perilaku Konsumen	20
2.1.2 Kualitas Produk.....	23
2.1.3 Harga	27
2.1.4 Citra Merek	30
2.1.5 Minat Beli	32
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Pengaruh Antar Variabel	39
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	39
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	40

2.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.....	41
2.2.4 Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3 Penelitian Terdahulu.....	44
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
2.5 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III	52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
3.1.1 Variabel Penelitian	52
3.1.2 Definisi Operasional variabel.....	54
3.2 Populasi dan Sampel	57
3.2.1 Populasi Penelitian.....	57
3.2.2 Sampel Penelitian.....	57
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	59
3.3.1 Data Primer	59
3.3.2 Data Sekunder	60
3.4 Metode Pengumpulan Data	60
3.5 Metode Analisis Data	62
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
3.5.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	65
3.5.4 Uji Hipotesis	68
3.5.5 Uji Goodness Of Fit	69
3.5.6 Uji Intervening	70
BAB IV	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.2 Gambaran Umum Responden	72
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berlandaskan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berlandaskan Usia	73
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berlandaskan Pekerjaan.....	74
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berlandaskan Pengeluaran Tiap Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	75

4.2.5 Gambaran Umum Responden Berlandaskan Intensitas Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc Dalam Kurun Waktu Satu Bulan	76
4.3 Analisis Data	78
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	78
4.3.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	80
4.3.2.1 Uji Validitas Konvergen	81
4.3.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	84
4.3.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	86
4.3.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.3.3.2 Uji Effect Size (F^2).....	88
4.3.3.3 Uji Stone – Geisser Test Predictive Relevance (Q^2)	89
4.3.4 Uji Hipotesis Penelitian	90
4.3.5 Uji Goodness Of Fit	93
4.3.6 Uji Intervening	94
4.4 Interpretasi Hasil	96
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	96
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	96
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	98
4.4.4 Pengaruh Minta Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	99
BAB V.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Implikasi Teoritis.....	100
5.3 Implikasi Manajerial	102
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.5 Saran Penelitian.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	113