

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.5 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	25
2.1 Landasan Teori	25
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	25
2.1.2 Persepsi Harga.....	27
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	30
2.1.4 Kualitas Produk	32
2.1.5 Minat Beli.....	34
2.1.6 Keputusan Pembelian	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Pengaruh Antar Variabel	40
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	51

2.5 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	53
3.1.1 Variabel Penelitian	53
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	55
3.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.2.1 Populasi	56
3.2.2 Sampel	57
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.3.1 Data Primer	58
3.3.2 Data Sekunder	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5 Metode Analisis Data	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	66
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.2 Profil Responden Penelitian	68
4.2 Evaluasi Asumsi SEM.....	71
4.2.1 Uji Normalitas	72
4.2.2 Uji Outliers	73
4.2.3 Uji Multikolinearitas	74
4.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	76
4.4 Full Model Analysis	79
4.5 Uji Validitas dan Realibilitas Konstruk.....	80
4.6 Uji Residual	84
4.7 Uji Hipotesis	84
4.8 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	87
4.9 Interpretasi Hasil	89
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Implikasi Teoritis.....	96

5.3 Implikasi Manajerial.....	98
5.4 Keterbatasan Penelitian	101
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	114

