

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Theory of Reasoned Action (TRA)	19
2.2 Pengembangan Variabel.....	20
2.2.1 Minat Beli	20
2.2.2 Orientasi Belanja.....	21
2.2.3 Kepercayaan.....	22
2.2.4 Pengalaman Pembelian.....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Minat Beli	24

2.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	24
2.3.3 Pengaruh Pengalaman Pembelian terhadap Minat Beli	25
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.1.1 Variabel Penelitian.....	30
3.1.2 Definisi Operasional	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Outer Model.....	37
3.5.2 Inner Model.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	41
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel.....	44
4.2.2. Analisis SEM-PLS.....	47
4.3 Interpretasi Hasil	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Implikasi Teoritis.....	61
5.3 Implikasi Manajerial.....	62
5.4 Keterbatasan penelitian	64
5.5 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66

