

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Mobil LCGC.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Niat Pembelian	14
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	14
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Definisi Niat Pembelian	16
2.2 Citra	16
2.3 Risiko	17
2.4 Nilai	17
2.5 Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	17
2.5.1 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	17
2.5.2 Definisi Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	18

2.6	Penelitian Terdahulu	19
2.7	Kerangka Pemikiran	24
2.8	Hipotesis Penelitian	25
BAB III.....		26
METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Karakteristik Penelitian.....	26
3.2	Alat Pengumpulan Data	26
3.2.1	Variabel Operasional	26
3.2.2	Skala Pengukuran	31
3.3	Tahapan Penelitian.....	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.5.1	Pengumpulan Data.....	35
3.5.2	Sumber Data.....	36
3.6	Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Realibilitas.....	39
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	41
3.7.1	Analisis Deskriptif	41
3.7.2	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	43
3.7.2.1	Kecocokan Model Pengukuran.....	44
3.7.2.2	Kecocokan Model Struktural	46
3.7.2.3	Kecocokan Keseluruhan Model.....	46
BAB IV		50
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	53

4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
4.2	Hasil Analisis Deskriptif	55
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra	55
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Risiko.....	57
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai	59
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	61
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	63
4.3	Analisis Statistik	64
4.3.1	Kecocokan Model Pengukuran (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)....	65
4.3.1.1	Uji Validitas Model Pengukuran	65
4.3.1.2	Uji Reliabilitas Model Pengukuran.....	68
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural.....	69
4.3.2.1	Pengujian Hipotesis.....	70
4.3.3	Uji Keseluruhan Model	72
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB 5	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran bagi Retailer.....	80
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN 1	88
PERTANYAAN KUESIONER	88
LAMPIRAN II	91
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	91
LAMPIRAN III	96
HASIL UJI CFA DAN MODEL STRUKTURAL	96
LAMPIRAN IV	100
HASIL KUESIONER	100