DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iii**
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
DAFTAR ISI..... **ix**
DAFTAR TABEL..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN..... **1**

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan..... 1
1.1.2 Logo Perusahaan..... 1
1.1.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum... 1
1.1.4 Produk dan Layanan..... 3
1.2 Latar Belakang Penelitian..... 9
1.3 Identifikasi Masalah..... 26
1.4 Tujuan Penelitian..... 27
1.5 Kegunaan Penelitian..... 27
1.5.1 Kegunaan Teoritis..... 27
1.5.2 Kegunaan Praktis..... 27
1.6 Sistematika Penulisan..... 28

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **29**

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian 29
2.1.1 Pemasaran 29

2.1.2 Perilaku Konsumen 30
2.1.3 *Susceptibility to Global Consumer Culture*..... 33
2.1.4 *Conformity to Social Norms*..... 34
2.1.5 Dimensi *Conformity to Social Norms*..... 34
2.1.6 *Quality Perception* 35
2.1.7 Dimensi *Quality Perception*..... 35
2.1.8 *Brand Credibility* 36
2.1.9 Dimensi *Brand Credibility* 37
2.1.10 *Social Prestige*..... 38
2.1.11 Dimensi *Social Prestige*..... 49
2.1.12 *Internet Technology Readiness*..... 40
2.1.13 Dimensi *Internet Technology Readiness*..... 41
2.1.14 Minat Beli..... 42
2.1.15 Dimensi *Purchase Intention*..... 44
2.1.16 Hubungan *Conformity Social Norms* terhadap Minat Beli..... 44
2.1.17 Hubungan *Quality Perception* terhadap Minat Beli..... 45
2.1.18 Hubungan *Brand Credibility* terhadap Minat Beli..... 46
2.1.19 Hubungan *Social Prestige* terhadap Minat Beli..... 46
2.1.20 Hubungan *Internet Technology Readiness* terhadap Minat Beli.. 47
2.2 Penelitian Terdahulu 48
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi 48
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional 52
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional 56
2.3 Kerangka Pemikiran 60
2.4 Hipotesis Penelitian..... 63
2.5 Ruang Lingkup Penelitian 63

BAB III METODE PENELITIAN 65

3.1 Jenis Penelitian 65
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran 65
3.2.1 Variabel Operasional 65
3.2.2 Skala Pengukuran 70

3.3 Tahapan Penelitian 70
3.4 Populasi dan Sampel 71
3.4.1 Populasi 71
3.4.2 Sampel 71
3.5 Pengumpulan Data 73
3.5.1 DataPrimer 73
3.5.2 Data Sekunder 73
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 73
3.6.1 Uji Validitas 74
3.6.2 Uji Reliabilitas 77
3.7 Teknik Analisis Data 78
3.7.1 Analisis Deskriptif 79
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 80
3.7.3 *Methode of Succesive Interval (MSI)* 83
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda 84
3.8 Pengujian Hipotesis 84
3.8.1 Pengujian Secara Simultan 84
3.8.2 Pengujian Secara Parsial 85
3.8.3 Koefisien Determinasi 87

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 88
4.1 Pengumpulan Data 88
4.2 Karakteristik Responden 88
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 89
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan 90
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarakan Pendapatan Per Bulan 91
4.3 Hasil Penelitian 91
4.3.1 Analisis Deskriptif 92
4.3.2 Uji Asumsi Klasik 109
4.3.3 Hasil Analisis Linier Berganda 115
4.3.4 Pengujian Hipotesis 116

4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi 122
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 124

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 132
5.1 Kesimpulan 132
5.2 Saran 134
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 134
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 136

DAFTAR PUSTAKA 137
LAMPIRAN