DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
ABSTRACT iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian **1**
1.1.1 Profil Umum Perusahaan 1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan 2
1.2 Latar Belakang **2**
1.3 Perumusan Masalah **5**
1.4 Tujuan Penelitian **5**
1.5 Kegunaan Penelitian **5**
1.6 Sistematika Penulisan **6**
BAB II 7
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN 7
2.1 Tinjauan Pustaka **7**
2.2.1 Pemasaran 7
2.2.2 Manajemen Pemasaran 7
2.2.3 Perilaku Konsumen 8
2.2.4 Keputusan Pembelian 11
2.3 Penelitian Terdahulu **12**
2.2 Kerangka Pemikiran **22**
2.3 Hipotesis Penelitian **23**
2.4 Ruang Lingkup Penelitian **23**
BAB III 24
METODE PENELITIAN 24
3.1 Jenis Penelitian **24**
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran **25**

3.2.1 Operasional Variabel 25
3.2.2 Skala Pengukuran 27
3.3 Populasi dan Sampel **28**
3.3.1 Populasi 28
3.3.2 Sampel 28
3.4 Teknik Pengumpulan Data **29**
3.4.1 Data primer 29
3.4.2 Data Sekunder 29
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas **30**
3.5.1 Uji Validitas 30
3.5.2 Uji Reliabilitas 31
3.6 Teknik Analisa data **31**
3.6.1 Statistik Deskriptif 31
3.6.2 Method of Succesiv Interval (MSI) 34
3.6.3 Partial Least Square 34
BAB IV 37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
4.1 Pengumpulan Data **37**
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 38
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia 38
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili 39
4.3.1 Variabel Perilaku Konsumen 39
4.3.2 Variabel Keputusan Pembelian 44
4.4.1 Model Pengukuruan (*Outer Model*) 50
4.4.2 Model Struktural (*Inner Model*) 55
4.4.3 *Coefficient of Determination* ($R^{2)}$ 56
4.4.4 *Goodness of Fit Index* (GoF) 56
4.4.5 Uji Hipotesis 56
4.4.6 Hasil Pengujian Hipotesis 57
BAB V 61
KESIMPULAN DAN SARAN 61
5.1 Kesimpulan **61**
5.2 Saran **61**

5.1.1 Saran bagi Auto 2000 Rancaekek 62
5.1.2 Saran bagi peneliti selanjutnya : 62
DAFTAR PUSTAKA 63
DAFTAR LAMPIRAN 65