

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Teoritis.....	15
1.5.2 Aspek Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4 Minat Beli	27

2.1.5 Keputusan Pembelian	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	48
3.2.1 Operasional Variabel	48
3.2.2 Skala Pengukuran	56
3.3 Tahapan Penelitian	57
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	59
3.4.1 Populasi Penelitian.....	59
3.4.2 Sampel Penelitian	59
3.4 Pengumpulan Data	61
3.4.1 Data Primer	61
3.4.2 Data Sekunder.....	62
3.4.3 Sumber Data	62
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.5.1 Uji Validitas.....	62
3.5.2 Uji Reliabilitas	64
3.6 Teknik Analisa Data	65
3.6.1 Analisis Deskriptif	65
3.6.2 Pengujian Statistik	67
3.7 Uji Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Karakteristik Responden	74

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	75
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Sekolah	75
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	76
4.2 Analisis Deskriptif Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	77
4.2.1 Analisis Deskriptif <i>Product</i> /Produk (PR)	78
4.2.2 Analisis Deskriptif <i>Price</i> /Harga (HA)	79
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Place</i> /Tempat (TE)	80
4.2.4 Analisis Deskriptif <i>Promotion</i> /Promosi (PM)	82
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>People</i> /Orang (OR)	83
4.2.6 Analisis Deskriptif <i>Process</i> /Proses (PS)	84
4.2.7 Analisis Deskriptif <i>Physical evidence</i> /Bukti fisik (BF)	85
4.2.8 Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention</i> /Minat Beli (MB)	86
4.2.9 Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i> /Keputusan Pembelian (KP) ..	87
4.3 Analisis Data Statistik	89
4.4 Pengukuran Model (Outer Model)	89
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	90
4.4.1 Uji Validitas Diskriminan	93
4.4.2 Uji Reliabilitas	95
4.5 Pengukuran Model (Inner Model)	96
4.5.1 Analisis R-Square (R^2)	96
4.5.2 Analisis F-Square (F^2)	97
4.5.3 Analisis Q-Square (Q^2)	97
4.5.4 Uji <i>Path Coefficients</i> dan Hipotesis	98
4.5.5 Uji Signifikansi Berdasarkan Multi-Group Analisis	99

4.5.5.1 Uji Pengaruh Variabel Moderator Tingkat Pendidikan	100
4.5.5.2 Uji Pengaruh Variabel Moderator Uang Saku	101
4.6 Hasil Pembahasan.....	102
4.6.1 Pengaruh <i>Product</i> /Produk terhadap Minat Beli	102
4.6.2 Pengaruh <i>Price</i> /Harga terhadap Minat Beli	103
4.6.3 Pengaruh <i>Place</i> /Tempat terhadap Minat Beli	104
4.6.4 Pengaruh <i>Promotion</i> /Promosi terhadap Minat Beli	104
4.6.5 Pengaruh <i>People</i> /Orang terhadap Minat Beli.....	105
4.6.6 Pengaruh <i>Process</i> /Proses terhadap Minat Beli.....	105
4.6.7 Pengaruh <i>Physical evidence</i> /Bukti Fisik terhadap Minat Beli	106
4.6.8 Pengaruh <i>Purchase Intention</i> /Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	107
4.6.9 Pengaruh <i>Purchase Intention</i> /Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Tingkat Pendidikan.....	108
4.6.10 Pengaruh <i>Purchase Intention</i> /Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Uang Saku	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	112
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	119