

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	14
C. Tujuan dan Kontibusi Penelitian.....	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA,RERANGKA KONSEPTUAL, PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka.....	17

1. Perilaku Konsumen	17
1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2. Definisi Kualitas Produk	21
2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
2.2 Dimensi Kualitas Produk	30
3. Definisi <i>Marketing Event</i>	31
3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Marketing Event</i>	33
3.2 Indikator <i>Marketing Event</i>	35
4. Definisi Persepsi Harga.....	36
4.1 Tujuan penetapan Harga	37
4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga	38
4.3 Jenis – jenis Harga	39
4.4 Dimensi Harga	41
4.5 Indikator Harga	41
5. Definisi Persepsi Nilai.....	42
5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi Nilai.....	43
6. Definisi Minat Beli.....	43
6.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli	45
6.2 Indikator Minat Beli.....	46
7. Penelitian Terdahulu	47
8. Hubungan antar variabel	60
a. Hubungan Kualitas Produk terhadap Persepsi Nilai.....	60
b. Hubungan <i>Marketing Event</i> terhadap Persepsi Nilai	61

c. Hubungan Persepsi Harga terhadap Persepsi Nilai	62
d. Hubungan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli	63
e. Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	64
f. Hubungan Persepsi Harga terhadap Minat Beli	65
B. Rerangka Konseptual.....	67
C. Pengembangan Hipotesis.....	68
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Waktu dan Tempat Penelitian	70
B. Desain Penelitian	70
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	71
1. Definisi Variabel Penelitian	71
2. Operasional Variabel.....	72
D. Pengukuran Variabel	74
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	76
F. Teknik Pengumpulan Data.....	77
G. Metode Analisis	78
1. Uji Validitas.....	78
2. Uji Reliabilitas.....	78
3. Metode Statistik.....	79
4. Tahap-Tahap Dalam SEM.....	81
5. Pengujian Hipotesis.....	85

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	86
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	86
1. Tempat dan Waktu Penelitian	87
B. Karakteristik Responden	87
1. Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin	88
2. Deskripsi Responden berdasarkan usia	88
3. Deskripsi Responden berdasarkan pendidikan.....	89
4. Deskripsi Responden berdasarkan profesi.....	90
5. Deskripsi Responden berdasarkan pengeluaran	91
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	92
1. Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	92
2. Analisis Deskriptif <i>Marketing Event</i>	94
3. Analisis Deskriptif Persepsi Harga	95
4. Analisis Deskriptif Persepsi Nilai	96
5. Analisis Deskriptif Minat Beli	97
D. Uji asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	98
1. Uji Validitas Kualitas Produk.....	98
2. Uji Validitas <i>Marketing Event</i>	100
3. Uji Validitas Persepsi Harga	102
4. Uji Validitas Persepsi Nilai	103
5. Uji Validitas Minat Beli	105
E. Uji Realibilitas	106
F. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	108

G. Uji Kecocokan Model Struktural Uji T-Value.....	112
H. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	114
I. Analisis Hasil Penelitian.....	117
a. Analisis Variabel Kualitas Produk Terhadap Persepsi Nilai	117
b. Analisis Variabel <i>Marketing Event</i> Terhadap Persepsi Nilai	117
c. Analisis Variabel Persepsi Harga Terhadap Persepsi Nilai.....	118
d. Analisis Variabel Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli.....	119
e. Analisis Variabel Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	119
f. Analisis Variabel Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	124
1. Saran untuk Komik Sains Kuark.....	124
a. Saran untuk Kualitas Produk	124
b. Saran untuk <i>Marketing Event</i>	125
c. Saran untuk Persepsi Harga	126
d. Saran untuk Persepsi Nilai.....	126
e. Saran untuk Minat Beli	127
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN.....	134