

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Penelitian	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	
1. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
b. Model Perilaku Konsumen	18
c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20
d. Perubahan Perilaku Konsumen.....	23
e. Ruang Lingkup Perilaku Konsumen.....	24
2. Keputusan Pembelian.....	25
a. Pengertian Keputusan Pembelian	25
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	27
c. Indikator Keputusan Pembelian	28
3. Inovasi Produk	28
a. Pengertian Inovasi Produk.....	28
b. Faktor-faktor Inovasi Produk	29
c. Indikator Inovasi Produk	30
4. Persepsi Harga.....	31
a. Pengertian Persepsi Harga	31
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	32
c. Indikator Persepsi Harga	35
5. Promosi	36
a. Pengertian Promosi.....	36

b.	Tujuan Promosi	37
c.	Indikator Promosi	40
B.	Penelitian Terdahulu.....	40
C.	Kerangka Konseptual	43
D.	Pengembangan Hipotesis	43
1.	Hubungan Inovasi Produk dan Keputusan Pembelian	44
2.	Hubungan Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	45
3.	Hubungan Promosi dan Keputusan Pembelian	46

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	47
B.	Desain Penelitian	47
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
1.	Definisi Variabel	48
2.	Operasional Variabel.....	49
D.	Skala Pengukuran	51
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	53
1.	Populasi	53
2.	Sampel	53
F.	Jenis dan Data Penelitian.....	54
G.	Teknik Pengumpulan Data	55
H.	Metode Analisis Data	55
1.	Analisis Deskripsi	56
a.	Analisis Deskripsi Responden	56
b.	Analisis Deskripsi Variabel	56
2.	Uji Instrumen	57
a.	Uji Validitas	57
b.	Uji Reliabilitas	58
I.	Partial Least Square (PLS)	59
1.	Pengertian <i>Partial Least Square</i>	59
2.	Langkah-langkah Analisis Pengujian PLS	60
a.	Evaluasi <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>)	60
b.	Evaluasi Model Struktural / Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Perusahaan	67
B.	Karakteristik Responden	70
1.	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
2.	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	71
3.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	72
4.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
5.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	73

C.	Karakteristik Variabel	74
1.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	75
2.	Deskriptif Variabel Inovasi Produk	76
3.	Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	77
4.	Deskriptif Variabel Promosi	78
D.	Metode Analisis Data	78
1.	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	79
a.	<i>Convergent Validity</i>	79
b.	<i>Discriminant Validity</i>	85
c.	<i>Composite Reability dan Cronbachs Alpha</i>	87
2.	Pengujian Metode Struktural/ Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	90
a.	Nilai R-Square	91
b.	<i>Goodness of Fit Model</i>	92
c.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	92
E.	Pembahasan	
1.	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	95
2.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	95
3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	96
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
A.	Simpulan.....	98
B.	Saran.....	99
 DAFTAR PUSTAKA		
		101
LAMPIRAN.....		
		104

