

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	1
1.1.1. Profile Perusahaan	1
1.1.3 Visi & Misi	2
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Rumusan Permasalahan.....	10
1.4. Pertanyaan Penelitian	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Aspek Teoritis.....	12
1.6.2. Aspek Praktisi.....	12
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3. Theory of Reasoned Action.....	16
2.1.4. Kepercayaan	16
2.1.5. Norma Subjektif	18
2.1.6. Kenyamanan	18
2.1.7. Attitude Towards Shopping.....	19
2.1.8. Customer service	20
2.1.9. Minat Beli	21

2.1.10. Hipotesis Building	22
2.1.11. Penelitian Terdahulu.....	26
2.2. Kerangka Pemikiran	32
2.3. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	36
3.3. Tahapan Penelitian.....	39
3.4. Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1. Populasi	41
3.4.2. Sampel	42
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	43
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.2. Sumber Data	44
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1. Uji Validitas.....	44
3.6.2. Uji Reliabilitas	46
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	48
3.7.1. Uji Normalitas Data.....	48
3.7.2. Teknik Analisis Data	48
3.7.3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	50
3.7.4. Uji Kecocokan Model.....	53
3.7.5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	53
3.7.6. Uji Hipotesis	55
3.7.7. Importance-Performance Map Analysis (IPMA)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Karakteristik Responden	57
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan PerBulan	58
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	59
4.2. Hasil Penelitian	59
4.2.1. Uji Normalitas Data.....	59

4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.2.3. Uji Kecocokan Model.....	67
4.2.4. Uji Hipotesis	67
4.2.5. Importance-Performance Map Analysis (IPMA)	71
4.3. Pembahasan Penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
5.2.1. Saran Praktisi.....	80
5.2.2. Saran Teoritis.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	91