

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Theory Planned Behaviour.....	11
2.1.3 Produk	14
2.1.4 Persepsi Nilai Konsumen	14

2.1.5	Persepsi Barang Mewah.....	15
2.1.6	<i>Disposable income</i>	17
2.1.7	Perilaku Konsumen	18
2.1.8	Minat beli	19
2.2	Kerangka Pemikiran	31
2.3	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.3	Tahapan Penelitian	44
3.4	Populasi dan Sampel	45
3.4.2	Sampel.....	46
3.4.3	Teknik sampling.....	46
3.4.4	Ukuran sampel	46
3.4.5	Skala Pengukuran.....	47
3.5	Pengumpulan data dan Sumber Data.....	48
3.6	Analisis Deskriptif.....	49
3.7	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	51
3.8	Teknik Analisis Data	52
3.9	Uji Hipotesis dan Pembahasan	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Hasil Analisis Deskriptif	63
4.1.1	Karakteristik data dan narasumber	63
4.1.2	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.3	Karakteristik berdasarkan Usia	64
4.1.4	Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.1.5	Karakteristik berdasarkan <i>Disposable Income</i>	65

4.1.6	Karakteristik berdasarkan Harga sepeda.....	65
4.2	Hasil Analisis Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	66
4.2.1	Convergent validity.....	68
4.2.3	Discriminant validity.....	70
4.3	Hasil Analisis Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Persepsi Barang Mewah.....	72
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>disposable Income</i>	73
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli	74
4.4	Pembahasan Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	82
4.4.1	Tanggapan Responden terhadap Persepsi Barang Mewah.....	82
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>disposable Income</i>	83
4.4.3	Persepsi Barang Mewah Terhadap Minat Beli Sepeda	83
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	96
5.2.1	Saran Praktis	96
5.2.2	Saran Teoritis	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		104