DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi..... i

Halaman Sampul Judul Skripsi..... ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme..... iii

Halaman Pengesahan Skripsi..... iv

Berita Acara Skripsi..... v

Halaman Persembahan..... vi

Halaman Motto..... vii

Abstrak..... viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI..... xii

DAFTAR TABEL..... xvii

DAFTAR GAMBAR..... xviii

DAFTAR LAMPIRAN..... xix

BAB I PENDAHULUAN

Halaman

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 5

1.3 Tujuan Penelitian..... 5

1.4 Manfaat Penelitian..... 6

1.5 Sistematika Penulisan..... 7

BAB II KAJIAN PUSTKA

2.1. Landasan Teori..... 9

2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu..... 9

2.1.2. Perilaku konsumen..... 10

2.1.3. Persepsi Konsumen..... 10

2.1.4. Persepsi Harga..... 13

2.1.5. Persepi Resiko..... 16

2.1.6. Persepsi Nilai..... 17

2.1.7. Private Label..... 19

2.1.8. Minat Beli..... 20

2.2. Model yang diajukan dan Hipotesis..... 24

2.2.1. Hubungan antara persepsi harga, persepsi nilai, dan minat beli..... 24

2.2.2. Hubungan antara persepsi resiko, persepsi nilai, dan minat beli..... 26

2.2.3. Hubungan antara persepsi nilai dan minat beli..... 28

2.3. Kerangka konseptual penelitian..... 29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian..... 30

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... 30

3.3. Metode Pengumpulan Data..... 32

3.4. Populasi dan Sampel..... 33

3.5. Metode Analisis Data..... 34

3.5.1. Uji Validitas..... 34

3.5.2. Uji Realibilitas..... 34

3.5.3. Analisis Deskriptif..... 35

3.5.4. Analisis Statistik..... 35

(1) Analisis Structural Equation Model (SEM)..... 35

3.6. Pengujian Hipotesis..... 40

BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen..... 42

4.1.1. Uji Validitas..... 42

4.1.2. Uji Reliabilitas..... 43

4.2. Analisis Deskriptif..... 44

4.2.1. Karakteristik Responden..... 44

4.2.2. Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Persepsi Harga, Persepsi Resiko, Persepsi Nilai dan Minat Beli..... 46

4.3. Analisis Structural Equation Model..... 49

4.3.1. Hasil Pengujian goodness of fit index 55

4.3.2. Hasil Pengujian Hipotesis..... 56

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian..... 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan..... 65

5.2. Saran..... 66

DAFTAR PUSTAKA..... 67

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1.1. Produk private label Carrefour di Indonesia per Agustus 2012..... 4

4.1. Hasil Uji Validitas..... 43

4.2. Hasil Uji Reliabilitas..... 44

4.3. Jenis Kelamin Responden..... 45

4.4. Umur Responden..... 45

4.5. Kriteria Persepsi Konsumen..... 46

4.6. Penilaian Variabel Persepsi Harga..... 47

4.7. Penilaian Variable Persepsi Resiko..... 47

4.8. Penilaian Variabel Persepsi Nilai..... 48

4.9. Penilaian variabel Minat Beli Konsumen..... 49

4.10. Data Input Matrik Kovarians..... 52

4.11. Indentifikasi Problem dalam Model Structural..... 53

4.12. Goodness Of Fit Index..... 55

4.13. Hasil Estimasi Dengan Model AMOS..... 57

4.14. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung, dan Pengaruh Total…… 58

DAFTAR GAMBAR

Gambar.....Halaman

2.1. Proses Persepsi..... 11

2.2. Kerangka Penelitian..... 29

4.1. Diagram Alur Model Penelitian..... 51

4.2. Hasil Model Penelitian..... 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran I	Kuisioner.....	71
Lampiran II	Hasil Data Responden.....	74
Lampiran III	Hasil Uji Data Validitas dan Reabilitas.....	80
Lampiran IV	Hasil Pengujian Model Structural SEM AMOS.....	85