

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Pertanyaan Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. <i>State of the Art</i> .....	8
B. Landasan Teori.....	10
1. <i>Perceived Price</i> .....	10

2. <i>Perceived Value</i> .....	14
3. <i>Perceived Risk</i> .....	19
4. <i>Repurchase Intention</i> .....	22
5. <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
C. Kerangka Konseptual.....	30
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	32
C. Prosedur Pengambilan Data.....	34
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	35
E. Definisi Oprasinal Variabel.....	36
F. Skala Pengukuran Variabel.....	40
G. Uji Instrumen.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
B. Pembahasan.....	68
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

3.1	Tabel Operasional Variabel.....	37
3.2	Tabel Skala Likeart.....	40
3.3	Interval Kategori Jawaban pada Variabel Penelitian.....	42
3.4	Uji Validitas Variabel Penelitian.....	43
3.5	Tabel Uji Realibilitas.....	44
3.6	Model Persamaan Struktural.....	48
3.7	Model Pengukuran Struktural.....	48
4.1	Karakteristik Responden.....	55
4.2	Penilaian Variabel Kategori <i>Perceived Price</i> .....	57
4.3	Penilaian Variabel Kategori <i>Perceived Value</i> .....	58
4.4	Penilaian Variabel Kategori <i>Perceived Risk</i> .....	59
4.5	Penilaian Variabel Kategori <i>Customer Satisfaction</i> .....	61
4.6	Penilaian Variabel Kategori <i>Repurchase Intention</i> .....	62
4.7	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	63
4.8	Evaluasi Normalitas Data.....	64
4.9	Output <i>Mahalanobis Distance</i> .....	65
4.10	Uji Kausalitas.....	66

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual.....	30
3.1	Analisis Full Model.....	47
4.1	Full Model <i>Structural Equation Modeling</i> .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Kuisisioner Penelitian.....	86
Lampiran II	Uji Validitas dan Realibilitas.....	94
Lampiran III	Rekapitulasi Data Penelitian.....	100
Lampiran IV	Analisis Deskriptif.....	118
Lampiran V	Analisis Kuantitatif.....	123