

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teori	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Suasana Toko	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan	17
2.1.4 Kualitas Produk	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Prosedur dan Rancangan Penelitian	33
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.6.1 Variabel Penelitian	34
3.6.2 Definisi Operasional	35
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	38
3.7.1.1 Uji Validitas	38
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	40
3.7.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.7.3 Evaluasi Kecocokan dan Kebaikan Model	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44

4.1.1 Deskripsi Penelitian	44
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.3 Deskripsi Responden.....	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1 Pengujian data melalui Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
4.2.1.1 Uji Validitas	49
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	54
4.2.2 Pengujian data melalui Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas	58
4.2.2.2 Uji Hipotesis.....	61
4.2.3 Evaluasi Kecocokan dan Kebaikan Model	69
4.3 Pembahasan Hasil penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

THE
Character Building
 UNIVERSITY