

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis	18

BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Teori Pendukung	19
2.1.1. Purchase Decision.....	21
2.1.2. Brand Image	24
2.1.3. Product Quality	28
2.1.4. Price Perception.....	30
2.2. Kerangka Teori Dan Pengembangan Hipotesis.....	32
2.2.1. Pengembangan Hipotesis.....	33
2.2.2. Kerangka teori.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	44
3.2. Desain Penelitian.....	44
3.3. Populasi Dan Sampel	45
3.3.1. Populasi.....	45
3.3.2. Sampel.....	45
3.4. Pengembangan Instrumen.....	46
3.4.1. Definisi Konseptual Variabel	46
3.4.2. Operasional Variabel.....	49

3.4.3.	Skala Pengukuran	53
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6.	Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1.	Uji Reliabilitas.....	56
3.6.2.	Uji Kesesuaian Model	57
3.6.3.	Uji Hipotesis.....	62
3.6.4.	Model SEM	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.1.1.	Karakteristik responden.....	65
4.1.2.	Analisis deskriptif	69
4.2.	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	78
4.2.1.	Uji Validitas dan reliabilitas data.....	78
4.2.1.1.	Hasil Uji validitas dan reliabilitas	79
4.2.1.2.	Confirmatory factor analysis (CFA)	81
4.2.1.2.1.	First order construct.....	81
4.2.1.2.2.	Full Model dan Fitted Model	88
4.2.2.	Uji Hipotesis	91
4.2.3.	Pembahasan	93
BAB V PENUTUP		99
5.1.	Kesimpulan	99

5.2. Implikasi	101
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	105
5.4. Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	113



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumsi Susu di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Presentase Konsumsi di Indonesia Berdasarkan Jenis.....	3
Gambar 1. 3 Pendapatan Oatside.....	5
Gambar 1. 4 Veganisme Indonesia.....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	43
Gambar 3. 1 Model SEM AMOS.....	64
Gambar 4. 1 Model Uji <i>First Order Construct Variabel Brand Image</i>	82
Gambar 4. 2 Model Uji <i>First Order Construct Variabel Product Quality</i>	83
Gambar 4. 3 Model Uji <i>First Order Construct Variabel Price Perception</i>	85
Gambar 4. 4 Model Uji <i>First Order Construct Variabel Purchase Decision</i>	86
Gambar 4. 5 Model Uji <i>First Order Construct Variabel Customer Satisfaction</i> ..	87
Gambar 4. 6 <i>Full Model dan Fitted Model</i>	89

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Veganisme di Indonesia	8
Tabel 1. 2 Ulasan Susu Oatside	10
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual Variabel Independen.....	47
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual Variabel Dependen	49
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	50
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran Likert	53
Tabel 3. 5 <i>Goodness of Fit Indices</i>	62
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	68
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	68
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	71
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	73
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i>	74
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	76
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Setiap Variabel	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Product Quality</i>	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Price Perception</i>	85

Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Purchase Decision</i>	87
Tabel 4. 16 . Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	88
Tabel 4. 17 Hasil Full Model dan Fitted Model SEM AMOS	90
Tabel 4. 18 Pernyataan Fitted Model.....	90



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	113
Lampiran 2. Hasil Karakteristik Responden	121
Lampiran 3 Tabulasi Kuisioner	122
Lampiran 4. Hasil Turnitin Kampus Skripsi	151
Lampiran 5. Hasil Full Model dan Fitted Model SEM AMOS	152
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reabilitas	153



Intelligentia - Dignitas