

DAFTAR ISI

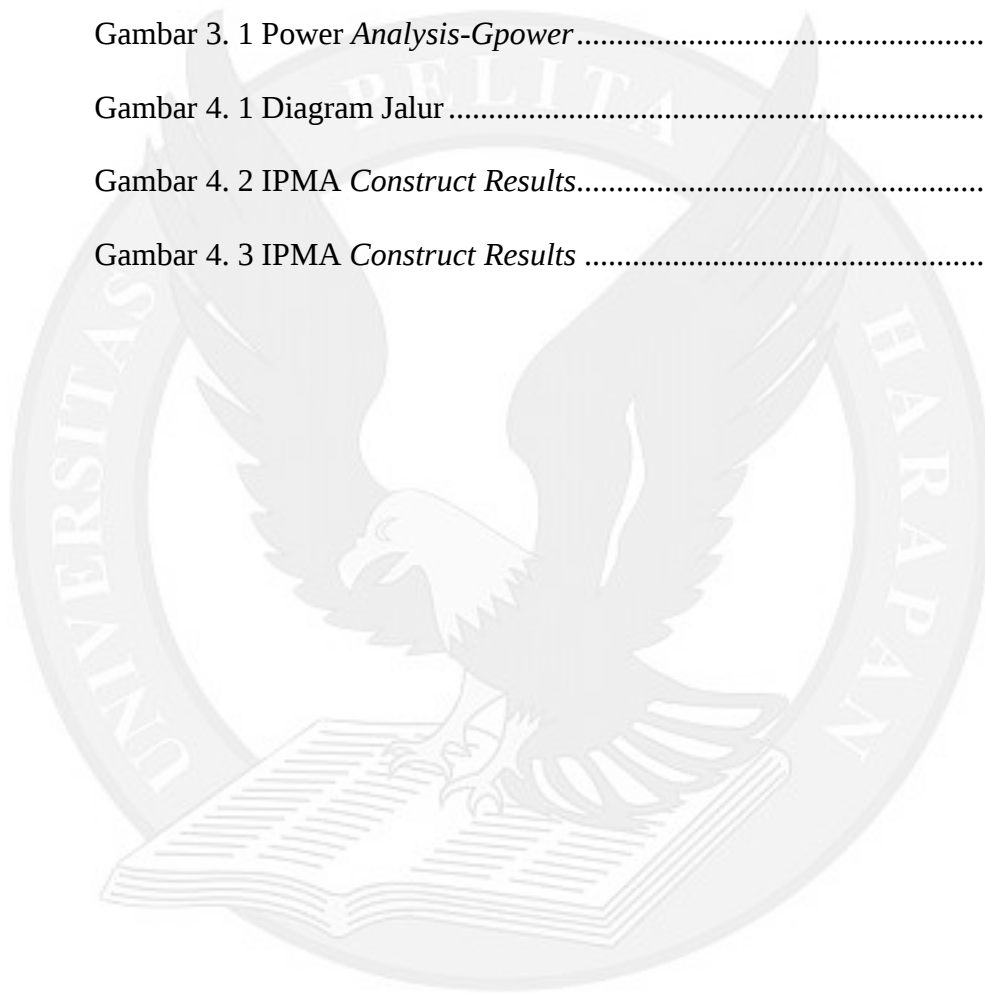
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Fair Price (harga wajar).....	14
2.1.2 Informasi kemasan	16
2.1.3 Kepuasan Konsumen	18
2.1.4 Perilaku Pembelian Konsumen	20
2.2 Keterhubungan antar hipotesis	23
2.2.1 Keterhubungan antara Pengaruh Fair Price (harga wajar) dan Perilaku Pembelian Konsumen	24
2.2.2 Keterhubungan antara Pengaruh Informasi Kemasan dan Perilaku Pembelian Konsumen	26
2.2.3 Keterhubungan antara Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Konsumen	29
2.2.4 Keterhubungan antara Pengaruh Fair Price (harga wajar) dan Kepuasan Konsumen	32
2.2.5 Keterhubungan antara Pengaruh Informasi Kemasan dan Kepuasan Konsumen	34

2.3 Model Penelitian dan Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1. Paradigma Penelitian.....	38
3.2. Jenis Penelitian.....	38
3.3. Tipe Tujuan Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.5 Unit Analisis	40
3.7 Pengukuran Variabel.....	41
3.8. Definisi Konseptual dan Operasional.....	41
3.8 Skala Pengukuran.....	48
3.9 Metode Pengumpulan Data	49
3.10 Etika Pengumpulan Data.....	50
3.11 Kuesioner	51
3.12 Terjemahan Balik dengan Modifikasi.....	52
3.13 Desain Sampling	52
3.12.1 Ukuran Sampel.....	54
3.13 Data Analisis	57
3.13.1 Mempersiapkan Data	57
3.13.2 Mengedit Data.....	58
3.13.3 Coding (Mengkode) Data.....	58
3.13.4 Transkripsi Data	58
3.13.5 Membersihkan Data	59
3.13.6 Strategi Analisis Data.....	59
3.14 Uji Reliabilitas	60
3.15 Uji Validitas	61
3.15.1 Validitas Konvergen.....	61
3.15.2 Validitas Diskriminan	62
3.16 Studi Pendahuluan.....	62
3.17 Studi Aktual	62
3.18 Structural Equation Model (SEM)	63
3.18.1 Model Pengukuran SEM-PLS.....	64
3.18.2 Model Struktural SEM-PLS	64
3.19 Uji Moderasi.....	65
3.20 Uji Model Fit.....	66
BAB IV PEMBAHASAN.....	68

4.1. Deskripsi Responden.....	68
4.1.1 Profil Responden.....	69
4.1.1.1 Jenis Kelamin.....	69
4.1.1.2 Usia	69
4.1.1.3 Jenis Pekerjaan.....	70
4.1.1.4 Tingkat Pendidikan	71
4.1.1.5 Frekuensi Makan Mie Sedaap.....	72
4.2. Statistik Deskriptif	72
4.2.1 <i>Fair Price</i> (harga wajar).....	73
4.2.2 Informasi Produk.....	74
4.2.3 <i>Satisfaction</i>	75
4.2.4 Buying Behaviour	76
4.3. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	77
4.3.1 Uji Realibilitas	77
4.3.2 Uji Validitas Konvergen	77
4.3.2.1 Validitas Diskriminan	79
4.4. Pengujian Model Pengukuran (Inner Model).....	81
4.4.1 Colinearity Statistics (VIF)	81
4.4.1.1 Koefisien Determinasi.....	82
4.4.1.2 Effect Size (F2)	83
4.5. Pengujian Hipotesis.....	83
4.6. Pembahasan.....	87
4.7. Analisis Importance-Performance Map Analysis (IPMA).....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Implikasi Teoritis	98
5.3. Implikasi Manajerial	99
5.4. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya....	99
5.5 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 World Instant Noodles Association.....	2
Gambar 1. 2 <i>Top Brand Award</i>	5
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	37
Gambar 3. 1 <i>Power Analysis-Gpower</i>	56
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	84
Gambar 4. 2 <i>IPMA Construct Results</i>	93
Gambar 4. 3 <i>IPMA Construct Results</i>	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden Actual Test.....	69
Tabel 4.2 Persentase Usia Responden Actual-Test.....	70
Tabel 4.3 Persentase Jenis Pekerjaan Responden Actual-Test	70
Tabel 4.4 Persentase Tingkat Pendidikan Responden Actual-Test.....	71
Tabel 4.5 Presentase Frekuensi Makan Mie Sedap Actual Test	72
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>Fair Price (harga wajar)</i>	73
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Informasi Produk	74
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i>	75
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif <i>Buying Behaviour</i>	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Studi Aktual	77
Tabel 4. 11 Validitas Konvergen EFA Outer Loading Studi Aktual	78
Tabel 4. 12 Validitas Konvergen AVE Studi Aktual.....	79
Tabel 4. 13 Validitas Diskriminan HTMT Studi Aktual.....	80
Tabel 4. 14 Validitas Diskriminan <i>Fornell-Larcker</i> Studi Aktual.....	81
Tabel 4. 15 Hasil Nilai VIF Model Pengukuran	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Actual-Test.....	82
Tabel 4. 17 Effect Size (F^2)	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Model Struktural.....	85
Tabel 4. 19 <i>Importance and Performance Construct Value</i>	92

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	115
LAMPIRAN 2.....	121
LAMPIRAN 3.....	126

