

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Ruang Lingkup.....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.7. Kerangka Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	14
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3. Niat Beli.....	21

2.1.4.	Kualitas Argumen.....	23
2.1.5.	Daya Tarik.....	25
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1	Pengaruh Kualitas Argumen terhadap Keputusan Pembelian Merek Harlette	36
2.4.2	Pengaruh Daya tarik Terhadap Keputusan Pembelian Merek Harlette.....	39
2.4.3	Pengaruh Kualitas Argumen Terhadap Niat Beli Merek Harlette.....	42
2.4.4	Pengaruh Daya Tarik terhadap Niat Beli Produk Harlette <i>Beauty</i> 44	
2.4.5	Pengaruh Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Harlette <i>Beauty</i>	46
2.4.6	Pengaruh Kualitas Argumen dengan Mediasi Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Harlette <i>Beauty</i>	48
2.4.7	Pengaruh Daya Tarik dengan Mediasi Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Harlette <i>Beauty</i>	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		54
3.1	Jenis Penelitian.....	54
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3	Sumber Data dan Pengumpulan Data	55

3.4	Definisi Operasional Variabel	55
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
3.5.1	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	59
3.5.2	Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	60
3.6	Teknik Analisis Data	61
3.6.1	Pengolahan Data Awal	61
3.6.2	Analisis Deskriptif Responden.....	62
3.6.3	Uji Asumsi SEM-PLS	62
3.6.4	Analisis <i>Outer Model</i>	62
3.6.5	Analisis <i>Inner Model</i>	63
3.6.6	Uji Mediasi.....	63
3.6.7	Interpretasi Hasil	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Profile Responden	65
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.1	<i>Outer Model Analysis</i>	73
4.3.2	<i>Inner Model Analysis</i>	82
4.4	Hasil Uji Hipotesis	89
4.5	Pembahasan.....	91
4.5.1	Pengaruh Kualitas Argumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Harlette	92

4.5.2	Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Harlette	93
4.5.3	Pengaruh Kualitas Argumen terhadap Niat Beli Produk Lokal Harlette.....	94
4.5.4	Pengaruh Daya Tarik terhadap Niat Beli Produk Lokal Harlette.....	96
4.5.5	Pengaruh Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Harlette	97
4.5.6	Pengaruh Kualitas Argumen dengan Mediasi Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Harlette	98
4.5.7	Pengaruh Daya Tarik dengan Mediasi Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Harlette	100
BAB V PENUTUP.....		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		111