

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
A. Metode Penelitian.....	47
B. Operasional Variabel	47
1. Independen (Variabel Bebas)	48
2. Dependen (Variabel Terikat)	50
3. Variabel <i>Intervening</i>	50
C. Populasi dan Sampel	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data	54

E. Instrumen Penelitian.....	54
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	62
F. Teknik Analisis Data	67
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
A. Profil Kota Tasikmalaya.....	72
B. Deskripsi Identitas Responden.....	74
1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	74
2. Deskripsi Usia Responden	75
3. Deskripsi Domisili Responden	76
4. Deskripsi Pendidikan Responden	77
5. Deskripsi Pekerjaan Responden.....	78
6. Deskripsi Pendapatan/Bulan Responden	80
C. Hasil Penelitian	81
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	88
D. Pembahasan Hasil Penelitian	98
1. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim.....	99
2. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	102
3. Pengaruh Keragaman Produk (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	104
4. Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim.....	106
5. Pengaruh Penghematan Biaya (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim.....	109
6. Pengaruh Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim.....	115

7. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) melalui Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim.....	118
8. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) melalui Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	120
9. Pengaruh Keragaman Produk (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) melalui Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	122
10. Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) melalui Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	124
11. Pengaruh Penghematan Biaya (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) melalui Perilaku <i>Showrooming</i> (Z) pada Produk <i>Fashion</i> Muslim	128
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	130
A. Simpulan	130
B. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	148

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 3.2 Operasional Variabel Independen.....	48
Tabel 3.3 Operasional Variabel Dependen	50
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>Intervening</i>	51
Tabel 3.5 Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen	62
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	64
Tabel 3.14 Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4.1 Deskripsi Usia Responden	75
Tabel 4.2 Deskripsi Pendidikan Responden.....	77
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.4 Deskripsi Pendapatan/Bulan Responden.....	80
Tabel 4.5 Nilai <i>Loading Factor</i>	82
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	84
Tabel 4.7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	85
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	85
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.10 Nilai <i>R-Square</i>	89
Tabel 4.11 Uji <i>f-Square</i>	90
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficient Direct Effect</i>	93
Tabel 4.13 <i>Spesific Indirect Effect</i>	96
Tabel 4.14 Rata-Rata Indikator Variabel Harga	99
Tabel 4.15 Rata-Rata Indikator Variabel Kualitas Produk	102
Tabel 4.16 Rata-Rata Indikator Variabel Keragaman Produk	104
Tabel 4.17 Rata-Rata Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen.....	107
Tabel 4.18 Rata-Rata Indikator Variabel Penghematan Biaya	109
Tabel 4.19 Rata-Rata Indikator Variabel Perilaku <i>Showrooming</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Kepuasan Konsumen.....	4
Gambar 1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi	5
Gambar 2.1 Model EDT Pertama.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	74
Gambar 4.2 Deskripsi Domisili Responden.....	76
Gambar 4.3 Output Model Penelitian PLS-SEM.....	90
Gambar 4.4 Output Uji <i>Bootstrapping</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK	148
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	149
Lampiran 3. Transkrip Nilai	155
Lampiran 4. Jurnal Bimbingan.....	156
Lampiran 5. Revisi Seminar Proposal.....	157
Lampiran 6. Revisi Seminar Hasil	158
Lampiran 7. Revisi Skripsi.....	159
Lampiran 8. Hasil Olah Data	160
Lampiran 9. Biodata Mahasiswa.....	166