

# DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
1 PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	3
Ruang Lingkup Penelitian	4
2 TINJAUAN PUSTAKA	4
Perilaku Pembelian Konsumen	4
Keputusan Pembelian	5
Persepsi Konsumen	6
Minat Beli Konsumen	7
<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	7
Psikografis Konsumen	10
Kajian Penelitian Terdahulu	11
Kerangka Pemikiran Penelitian	13
3 METODE	14
Desain, Lokasi dan Waktu Penelitian	14
Teknik Pengambilan Contoh	15
Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	15
Teknik Pengolahan dan Analisis Data	16
4 HASIL DAN PEMBAHASAN	27
Profil Responden	27
Konsumen terhadap Atribut Produk Apartemen	29
Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Pembelian Apartemen	32
Psikografis	37
Implikasi Manajerial	45
5 SIMPULAN DAN SARAN	47
Simpulan	47
Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	67



## DAFTAR TABEL

1	Variabel psikografis responden	25
2	Profil responden	27
3	Hasil kriteria kesesuaian	32
4	<i>Loading factor</i> dan t-hitung untuk variabel <i>attitude</i>	33
5	<i>Loading factor</i> dan t-hitung untuk variabel <i>subjective norm</i>	34
6	<i>Loading factor</i> dan t-hitung untuk variabel <i>perceived behavioral control</i>	35
7	<i>Loading factor</i> dan t-hitung untuk <i>purchase intention</i>	36
8	Hasil model structural	36
9	Tabulasi silang <i>cluster</i> dan minat pembelian apartemen	39
10	Psikografis respnden dalam <i>cluster Gregarious Energetic</i>	40
11	Profil responden <i>cluster Gregarious Energetic</i>	41
12	Psikografis responden dalam <i>cluster Brainy Cosmopolite</i>	42
13	Profil responden <i>cluster Brainy Cosmopolite</i>	43
14	Psikografis responden dalam <i>cluster Modest Affectionate</i>	44
15	Profil responden <i>cluster Modest Affectionate</i>	44

## DAFTAR GAMBAR

1	Tahapan pembentukan persepsi	6
2	Proses pelaksanaan penelitian	14
3	Simbol variabel teramati	19
4	Model pengukuran SEM	19
5	Bentuk umum SEM ( <i>Full</i> atau <i>Hybrid Model</i> )	20
6	Model penelitian	24
7	Proporsi responden berdasarkan tujuan pembelian apartemen	29
8	Proporsi responden berdasarkan pertimbangan pembelian apartemen	30
9	Proporsi responden berdasarkan penentuan luas ideal apartemen	30
10	Proporsi responden berdasarkan fasilitas dalam kompleks apartemen	31
11	Proporsi responden berdasarkan sarana promosi	31
12	Model pengukuran	33



## DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	56
2	Kecocokan model pengukuran	62
3	Diagram <i>t-values</i>	63
4	Hasil analisis faktor	64
5	Total <i>variance explained</i>	65
6	Pembagian variabel ke dalam faktor psikografis	66