

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat untuk akademis	15
1.5.2 Manfaat untuk Praktisi	15
1.5.3 Manfaat untuk Perusahaan	15
BAB II KAJIAN TEORI	16
2.1 Literature Review	16
2.1.1 Jinfeng Wu ¹ and Jiao Dong (2022)	16
2.1.2 Ayu Tri Tungga (2024)	16
2.1.3 Cindy Chou (2023)	17
2.1.4 Muchammad Ghufron (2024)	17
2.1.5 Billy Nugraha (2023)	18
2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Imersif Augmented Reality	18
2.2.2 Kualitas Produk	21
2.2.3 Minat Beli	22
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Berpikir	30
2.5 Pengembangan Hipotesis	31

2.5.1 Pengaruh dari <i>augmented reality</i> dengan minat beli konsumen..	31
2.5.2 Pengaruh dari kualitas produk dengan minat beli konsumen ..	32
2.5.3 Pengaruh <i>augmented reality</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen.....	32
2.6 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelian.....	35
3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Populasi Dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Definisi Operasional	38
3.6 Teknik Analisa Data	39
3.7 Analisis Statistik Deskriptif	39
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.1 Uji Validitas.....	40
3.8.2 Uji Reabilitas	40
3.9 Asumsi Klasik.....	41
3.9.1 Uji Normalitas.....	41
3.9.2 Uji Multikolinearitas	42
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.10 Analisis Linier Berganda.....	43
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44
3.12 Uji Parsial (Uji T).....	44
3.13 Uji Anova (Uji F).....	45
3.14 Uji Hipotesis	46
3.14.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	46
3.14.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN	48
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Dan Perkembangan IKEA	48
4.2 Hasil Analisis Data.....	49

4.2.1	Karakteristik Responden.....	49
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Umur Reseponden.....	50
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan Responden	51
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Responden.....	52
4.2.5	Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden.....	53
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	54
4.3	Hasil Analisa	55
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Augmented Reality (X1)	55
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	56
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)	56
4.3.4	Analisis Validitas	57
4.3.4.1	Uji Validitas Pada Augmented Reality (X1)	57
4.3.4.2	Uji Validitas Pada Kualitas Produk (X2).....	58
4.3.4.3	Uji Validitas Pada Minat Beli (Y).....	58
4.3.5	Analisa Reabilitas.....	59
4.3.5.1	Uji Reliabilitas Pada Augmented Reality (X1)	59
4.3.5.2	Uji Reliabilitas Pada Kualitas Produk (X2).....	59
4.3.5.3	Uji Reliabilitas Pada Minat Beli (Y)	60
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	60
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	61
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.6	Hasil Uji Hipotesis	64
4.6.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
4.6.2	Uji Parsial (Uji T)	65
4.6.3	Uji Anova (Uji F).....	66
4.7	Pembahasan Hipotesis.....	67
4.7.1	Pengaruh Augmented Reality (X1) Terhadap Minat Beli (Y)	67
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	68
4.7.3	Pengaruh Augmented Reality Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	69

4.8	Implikasi.....	70
4.8.1	Implikasi Teoritis.....	70
4.8.2	Implikasi Praktis.....	72
BAB V	PENUTUP.....	73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	82

