



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pernyataan permasalahan	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Perilaku Konsumen Printer 3D	6
2.2. Posisi Penelitian	9
BAB III LANDASAN TEORI	10
3.1. Perilaku Konsumen	10
3.1.1. Model Rangsangan-Tanggapan (<i>Stimulus-Response Model</i>)	11
3.1.2. Karakteristik Pembeli (Buyer's Characteristic)	16
3.1.3. Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segmentatio</i>)	20
3.1.3. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	22
3.2. Open Source Printer 3D	23



BAB IV METODE PENELITIAN	37
4.1. Obyek Penelitian	37
4.2. Alat yang Digunakan	37
4.3. Tahapan Penelitian	38
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	57
5.1. Hasil Penelitian	57
5.1.1. Data Penelitian	57
5.1.2. Jumlah Data	57
5.1.3. Variabel Penelitian	57
5.2. Pembahasan Penelitian	59
5.2.1. Persiapan pengumpulan data	60
5.2.2. Pengumpulan Data Responden	60
5.2.3. Tabulasi dan Uji Data	60
5.2.4. Estimasi Model	65
5.2.5. Analisis SEM	67
BAB VI PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76