

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Hasil Penelitian.....	6
E. Kerangka Berpikir.....	7
F. Hipotesis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Hasil Penelitian Terdahulu	11
B. Deskripsi Konseptual	15
1. Kebijakan Publik.....	15
2. Keterkaitan Intervensi Kebijakan Publik Terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen	16
3. Intervensi Kebijakan	19
4. Kepercayaan Konsumen (<i>Consumer Confidence</i>)	25
5. Pengaruh Intervensi Kebijakan terhadap Kepercayaan Konsumen	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	29
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian	29

1. Sumber Data Primer	29
2. Sumber Data Sekunder	30
C. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	30
1. Survei Kuesioner	30
2. Studi Dokumentasi	31
3. Studi Kepustakaan	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	32
E. Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian	35
1. Pengukuran Data Penelitian	35
2. Uji Statistik Deskriptif	37
3. <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	37
G. Tempat dan Waktu Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	47
1. Gambaran Umum Kantor Wilayah DJP Jawa Barat I	47
2. Visi dan Misi Kantor Wilayah DJP Jawa Barat I	48
3. Struktur Organisasi Kantor Wilayah DJP Jawa Barat I	49
4. Lokasi dan Kondisi Geografis Kota Bandung	49
5. Kondisi Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung	50
6. Kondisi Sosial dan Ekonomi Masyarakat Kota Bandung	51
7. Kondisi Pengeluaran Masyarakat Kota Bandung	52
B. Analisis Deskriptif	53
1. Karakteristik Deskriptif Responden Penelitian	53
2. Analisis Deskriptif Variabel Eksogen (Intervensi Kebijakan)	57
3. Analisis Deskriptif Variabel Endogen (Kepercayaan Konsumen)	60
C. Hasil Evaluasi Model (<i>PLS-SEM</i>)	62
1. Evaluasi <i>First Order Measurement Model (Outer Model)</i>	62
2. Evaluasi <i>Second Order Measurement Model (Outer Model)</i>	67

3. Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	69
4. Sumbangan Efektif.....	72
5. Evaluasi <i>Model Fit Measures</i>	73
D. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	79
A. Simpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85
RIWAYAT HIDUP	101

