

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1 Keuntungan Memahami Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	9
2.2.1 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
2.2.3 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian dan Keterlibatannya	12
2.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian	12
2.3 Kepercayaan Merek.....	14
2.3.1 Menumbuhkan Kepercayaan Merek	14
2.3.2 Faktor-Faktor yang Digunakan untuk Mengukur Kepercayaan Merek.....	14
2.3.3 Dimensi Kepercayaan Merek	15
2.4 Citra Merek	16
2.4.1 Manfaat Citra Merek	16
2.4.2 Komponen Citra Merek.....	16
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	17
2.4.4 Dimensi Citra Merek.....	17
2.5 <i>Word of Mouth</i>	18
2.5.1 Manfaat dan Motivasi Pentingnya <i>Word of Mouth</i>	18
2.5.2 Karakteristik <i>Word of Mouth</i>	19

2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Word of Mouth</i>	20
2.5.4 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Hubungan Antar Variabel	29
2.7.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek	29
2.7.2 Hubungan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan Merek	30
2.7.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.7.4 Hubungan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	31
2.7.5 Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.7.6 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Merek	31
2.7.7 Hubungan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Merek	32
2.8 Hipotesis.....	32
2.9 Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Riset	34
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.2.1 Jenis Data.....	34
3.2.2 Sumber Data.....	34
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Unit Analisis	36
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5.1 Variabel Dependen.....	36
3.5.1.1 Keputusan Pembelian	36
3.5.2 Variabel Intervening	36
3.5.2.1 Kepercayaan Merek	36
3.5.3 Variabel Independen	37
3.5.3.1 Citra Merek	37
3.5.3.2 <i>Word of Mouth</i>	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reabilitas	40
3.6.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	41
3.6.4 Uji F	43
3.6.5 Uji t (Parsial).....	43
3.6.6 Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
4.2.1 Uji Validitas	49
4.2.2 Uji Reliabilitas	51

4.3 Analisis Data.....	52
4.3.1 Uji F.....	52
4.3.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	53
4.3.3 Analisis Jalur Tahap I.....	53
4.3.4 Analisis Jalur Tahap II.....	56
4.3.5 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	59
4.3.5.1 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total antar Variabel pada Analisis Jalur Gabungan.....	60
BAB V PEMBAHASAN.....	62
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
5.1.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	62
5.1.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Kepercayaan Merek.....	62
5.1.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	63
5.1.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.1.5 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.1.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Merek.....	65
5.1.7 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Merek.....	66
5.2 Temuan Penelitian.....	66
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
BAB VI PENUTUP.....	68
6.1 Kesimpulan.....	68
6.2 Saran.....	68
6.3 Implikasi Penelitian.....	69
DAFTAR REFERENSI.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	75