

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined. 0
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Perilaku Konsumen	1Error! Bookmark not defined.
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.1 Pengertian keputusan pembelian	13
2.2.2 Proses pengambilan keputusan pembelian.....	13
2.3 Sikap Pada Produk	16
2.3.1 Pengertian sikap konsumen pada produk	16
2.3.2 Komponen sikap	17
2.3.3 Cara pengukuran sikap.....	18
2.4 Price-Quality Inference	18
2.5 Kualitas Produk	20
2.5.1 Pengertian kualitas produk	20
2.5.2 Dimensi-dimensi dari kualitas produk	Error! Bookmark not defined. 3
2.6 <i>Word Of Mouth</i>	Error! Bookmark not defined. 4
2.7 Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined. 6
2.8 Hubungan antar Variabel	Error! Bookmark not defined. 8
2.8.1 Hubungan antara <i>price-quality inference</i> dengan sikap pada produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.8.2 Hubungan kualitas produk dengan sikap pada produk	30
2.8.3 Hubungan antara <i>price-quality inference</i> dengan keputusan pembelian.....	31
2.8.4 Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian	32
2.8.5 Hubungan antara sikap pada produk dengan keputusan pembelian	33
2.8.6 Pengaruh <i>word of mouth</i> sebagai variabel <i>moderating</i> hubungan antara sikap pada produk dengan keputusan pembelian	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.	6
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.	6
3.3 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.	7
3.4 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.	8
3.5. Identifikasi Konstruk/Variabel dan Indikator		41
3.7 Metode Analisis Data		42

BAB IV. ANALISIS DATA

4.1 Karakteristik Responden		48
4.2 Deskripsi Jawaban Responden		51
4.2.1 Variabel <i>Price-Quality Inference</i>		52
4.2.2 Variabel kualitas produk		53
4.2.3 Variabel <i>word of mouth</i>		54
4.2.4 Variabel Sikap		57
4.2.5 Variabel keputusan memilih		58
4.3 Analisis data dengan <i>Partial Least Square</i>		60
4.3.1 Pengujian Outer Model (Measurement Model)		60
4.3.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)		65
4.3.3 Uji Hipotesis		66
4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung		69
4.5 Pembahasan		71
4.5.1 Pengaruh <i>price-quality inference</i> terhadap sikap		71
4.5.2 Pengaruh kualitas produk terhadap sikap		72
4.5.3 Pengaruh <i>price-quality</i> terhadap keputusan pembelian		73
4.5.4 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.	73
4.5.5 Pengaruh antara sikap terhadap keputusan pembelian		75
4.5.6 Pengaruh antara pengaruh <i>word of mouth</i> sebagai variabel moderating hubungan antara sikap pada produk dengan keputusan pembelian		75

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

5.1 Kesimpulan		77
5.2 Implikasi Teoritis		78
5.3 Implikasi Manajerial		79
5.4 Keterbatasan Penelitian		81
5.5 Agenda Penelitian Mendatang		81