

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis.....	iii
Motto.....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Abstrak .....	vi
Kata pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8

### **BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

2.1 Telaah Pustaka .....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	10
2.1.2 Keputusan Pengambilan Kredit.....	13
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.4 <i>Word of Mouth</i> .....	16
2.1.5 Kualitas Pelayanan .....	17
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap WOM .....	18
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit ....	18
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap WOM.....	19

2.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.....	19
2.2.5	Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit .....	20
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	21
2.4	Dimensi Operasional Variabel .....	21
2.5	Penelitian Terdahulu .....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Populasi dan Sampel .....	27
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	28
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4	Analisis Data .....	28

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Responden .....	36
4.1.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	36
4.1.2.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	37
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4.1.4.	Karakteristik Responden Menurut Lama Menjadi Nasabah .....	38
4.2	Analisis Data Penelitian .....	39
4.2.1.	Statistik Deskriptif Karakteristik Responden .....	40
4.3	Pengujian Asumsi SEM .....	40
4.3.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel .....	40
4.3.1.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	40
4.3.1.2.	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	46
4.3.2.	Uji Kelayakan Model .....	50
4.3.3.	Validitas dan Reliabilitas .....	52
4.3.3.1.	<i>Convergent Validity</i> .....	52
4.3.3.2	<i>Variance Extrated</i> .....	53
4.3.3.3.	<i>Construct Reliability</i> .....	54
4.3.4.	Uji Asumsi SEM .....	56
4.3.4.1.	Normalitas Data.....	56

4.3.4.2. Evaluasi Outliers .....	57
4.3.4.3 Multikolinieritas .....	57
4.4 Hasil Analisis SEM.....	57
4.4.1. Hasil Analisis Pengaruh .....	57
4.4.2. Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	59
4.5 Pembahasan .....	61
4.5.1. Variabel <i>Brand Image</i> Berpengaruh tidak Signifikan Terhadap WOM.....	61
4.5.2. Variabel <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.....	62
4.5.3. Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap WOM.....	63
4.5.4. Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.....	64
4.5.5. Variabel WOM Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.....	64

## **BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN**

5.1 Kesimpulan Hipotesis .....	66
5.2. Kesimpulan atas Masalah Penelitian.....	67
5.3. Implikasi Teoritis .....	69
5.4. Implikasi Manajerial .....	71
5.5. Keterbatasan Penelitian.....	72
5.6. Agenda Penelitian Mendatang .....	73

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
-----------------------------	-----------