

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian .....	14
1.4. Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2. Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1. Konsep Dasar.....	16
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2. Kualitas Produk ( <i>Quality Product</i> ) .....	19
2.1.3. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	21
2.1.4. Preferensi Konsumen.....	23
2.1.5. Pengetahuan Konsumen ( <i>Customer Knowledge</i> ) .....	25
2.1.6. Inovasi Produk ( <i>Product Innovation</i> ) .....	26
2.1.7. Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	27

2.2.	Pengembangan Hipotesis.....	28
2.2.1.	Pengaruh variabel inovasi produk terhadap citra merek .....	28
2.2.2.	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap citra merek .....	29
2.2.3.	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap preferensi konsumen.....	30
2.2.4.	Pengaruh variabel pengetahuan terhadap preferensi konsumen.....	31
2.2.5.	Pengaruh variabel citra merek terhadap kesediaan membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	31
2.2.6.	Pengaruh variabel preferensi konsumen terhadap kesediaan membayar ( <i>willingness to pay</i> ).....	32
2.2.7.	Penelitian terdahulu.....	33
2.2.8.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
 <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>
3.1.	Desain Penelitian .....	37
3.2.	Populasi & Sampel .....	37
3.3.	Identifikasi Variabel .....	38
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1.	Indikator Variabel Inovasi Produk .....	39
3.4.2.	Indikator Variabel Kualitas Produk .....	40
3.4.3.	Indikator Variabel Pengetahuan Konsumen.....	41
3.4.4.	Indikator Variabel Citra Merek.....	41
3.4.5.	Indikator Variabel Preferensi Konsumen .....	42
3.4.6.	Indikator Variabel Kesediaan Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> )	42
3.5.	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.6.	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1.	Uji Validitas .....	44
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	45
3.6.3.	Uji Normalitas .....	46
3.6.4.	Analisis SEM (Structural Equation Modelling).....	46

3.6.5. Validitas Penelitian .....	48
3.6.6. Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1.    Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.2.    Lokasi Penelitian .....	57
4.3.    Data dan Deskripsi Responden.....	58
4.4.    Karakteristik Responden .....	59
4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan ....	60
4.4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	61
4.4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Listrik per Bulan .....	62
4.5.    Uji Kelayakan Data.....	63
4.5.1. Uji Validitas .....	63
4.5.2. Convergent Validity .....	63
4.5.3. Uji Reliabilitas .....	64
4.6.    Analisis Asumsi SEM.....	67
4.6.1. Evaluasi Normalitas Data.....	67
4.6.2. Evaluasi Multivariate Outliers .....	68
4.6.3. Evaluasi Multikolinearitas .....	69
4.7.    Structural Equation Modeling (SEM).....	71
4.8.    Analisis Hasil Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh .....	74
4.8.1. Pengaruh Langsung (Direct Effect).....	74
4.8.2. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) .....	75
4.8.3. Total Pengaruh (Total Effect).....	76
4.9.    Pengujian Hipotesis.....	77
4.10. Pembahasan .....	80

4.10.1. Pengaruh Terbesar Faktor Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	80
4.10.2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Citra Merek .....	81
4.10.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek .....	83
4.10.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Preferensi Konsumen....	84
4.10.5. Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Preferensi Konsumen.....	85
4.10.6. Pengaruh Citra Merek terhadap Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	86
4.10.7. Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	87
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan Hipotesis .....	89
5.2. Kesimpulan atas Masalah Penelitian .....	90
5.3. Implikasi Teoritis .....	92
5.4. Implikasi Manajerial .....	93
5.5. Keterbatasan Penelitian .....	95
5.6. Agenda Penelitian Mendatang .....	96
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>