

## DAFTAR ISI

SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRACT .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian .....	18
1.5. Sistematika Penulisan .....	20
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	22
2.1. Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.2. Teori Tindakan Beralasan ( <i>Theory of Reasoned Action</i> ).....	23
2.3. <i>Brand Positioning</i> .....	26
2.4. <i>Celebrity Attractiveness</i> .....	28
2.5. <i>Perceived Trust</i> .....	30
2.6. <i>Perceived Value</i> .....	32
2.7. <i>Switching Intention (Consumer's Switching Intention)</i> .....	35
2.8. Hubungan Antar Variabel.....	36
2.8.1. Pengaruh <i>Brand Positioning</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	36
2.8.2. Pengaruh <i>Celebrity Attractiveness</i> terhadap <i>Perceived Value</i> ...	38
2.8.3. Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	40
2.8.4. <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	41
2.8.5. Pengaruh <i>Brand Positioning</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	42
2.8.6. Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	43
2.9. Penelitian Terdahulu.....	45

2.10.	<b>Kerangka Penelitian</b> .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		50
3.1.	<b>Metode Penelitian</b> .....	50
3.2.	<b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	51
3.3.	<b>Populasi dan Sampling</b> .....	51
3.4.	<b>Metode Pengumpulan Data</b> .....	52
3.5.	<b>Definisi Operasional Variabel</b> .....	53
3.6.	<b>Teknik Analisis</b> .....	54
3.6.1.	<b>Uji Validitas</b> .....	55
3.6.2.	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	55
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....		61
4.1.	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	61
4.1.1.	<b>Deskripsi Umum Responden</b> .....	61
4.1.2.	<b>Responden Berdasarkan Usia</b> .....	62
4.1.3.	<b>Responden Berdasarkan Pendidikan</b> .....	63
4.1.4.	<b>Responden Berdasarkan Pekerjaan</b> .....	64
4.1.5.	<b>Alasan Penggunaan Pewarna Rambut Miranda</b> .....	65
4.2.	<b>Deskripsi Variabel Penelitian</b> .....	66
4.2.1.	<b>Variabel <i>Brand Positioning</i></b> .....	68
4.2.2.	<b>Variabel <i>Celebrity Attractiveness</i></b> .....	68
4.2.3.	<b>Variabel <i>Perceived Trust</i></b> .....	69
4.2.4.	<b>Variabel <i>Perceived Value</i></b> .....	69
4.2.5.	<b>Variabel <i>Switching Intention</i></b> .....	70
4.3.	<b>Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model Analysis</i>)</b> .....	70
4.3.1.	<b>Evaluasi Validitas Konstruk Eksogen dan Endogen</b> .....	71
4.3.2.	<b>Reliabilitas Konstruk Eksogen dan Endogen</b> .....	76
4.4.	<b>Uji Asumsi SEM</b> .....	78
4.4.1.	<b>Uji Normalitas Data</b> .....	78
4.4.2.	<b>Uji Outlier Multivariat</b> .....	80
4.5.	<b>Analisis Model Struktural dan Pengujian Hipotesis</b> .....	82
4.5.1.	<b>Evaluasi Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>) Struktural Penuh</b> .....	83

4.5.2.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
4.6.	Pembahasan .....	85
4.6.1.	Pengaruh <i>Brand Positioning</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	85
4.6.2.	Pengaruh <i>Celebrity Attractiveness</i> terhadap <i>Perceived Value</i> ...	86
4.6.3.	Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	86
4.6.4.	<i>Perceived Value</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	87
4.6.5.	Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	88
4.6.6.	Pengaruh <i>Brand Positioning</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .....	89
BAB V KESIMPULAN.....		91
5.1.	Kesimpulan .....	91
5.2.	Implikasi Teoritis .....	92
5.3.	Implikasi Manajerial.....	93
5.4.	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.5.	Agenda Peneltiian Mendatang .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....		96
LAMPIRAN.....		106



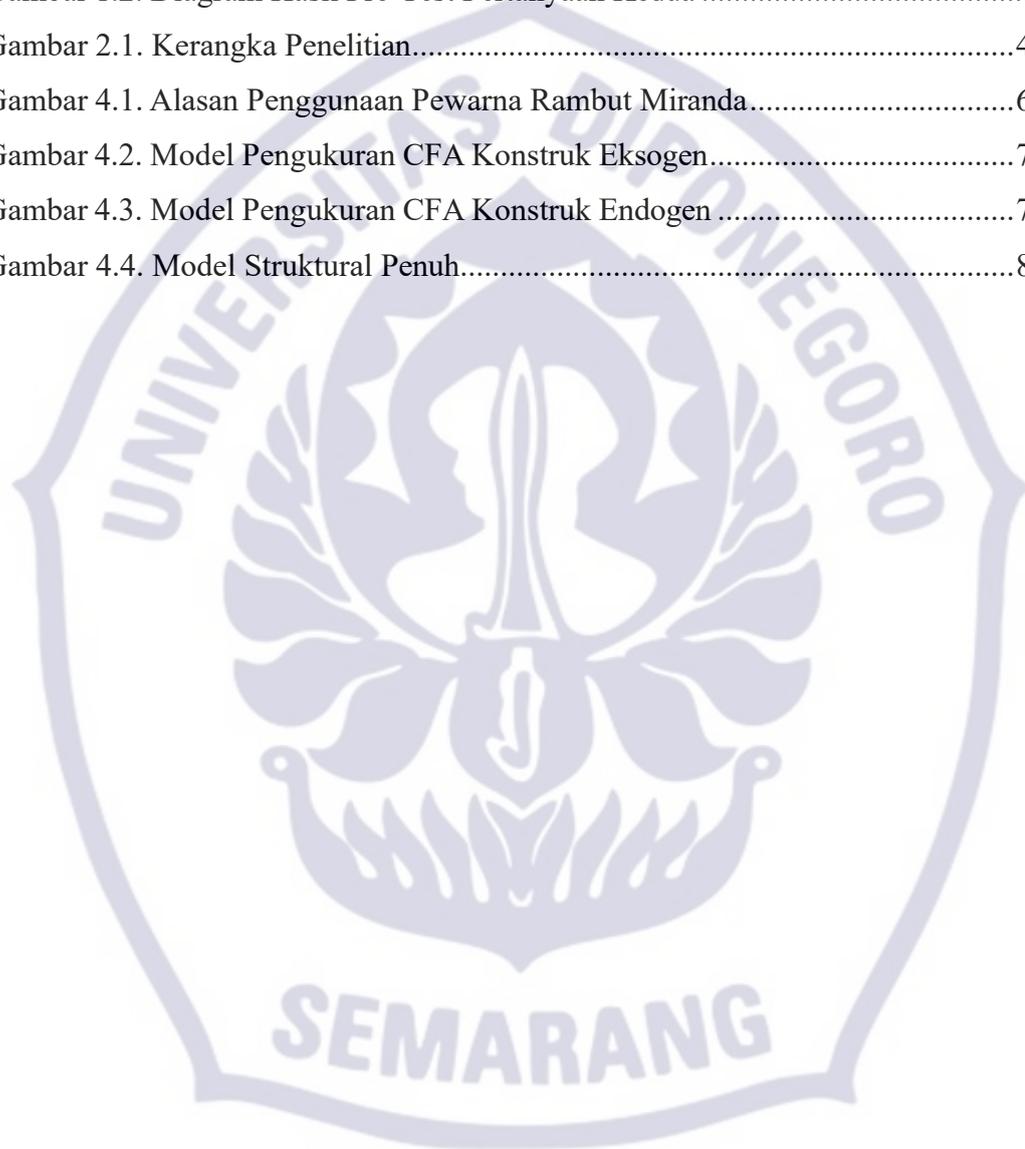
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Pretest Miranda .....	7
Tabel 1.2. Research Gap .....	12
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	53
Tabel 3.2. Goodness of Fit .....	57
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	62
Tabel 4.2. Pendidikan Terakhir .....	63
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden Saat Ini .....	64
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif .....	66
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Diskriminan Konstruk Eksogen dan Endogen (Kriteria Fornell-Larcker) .....	75
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas (Eksogen dan Endogen) .....	76
Tabel 4.9. Uji Normalitas .....	79
Tabel 4.10. Uji Mahalanobis Distance .....	81
Tabel 4.11. Hasil Uji Goodness of Fit Model Struktural Penuh .....	83
Tabel 4.12. Pengujian Hipotesis .....	84

**FEB UNDIP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Diagram Hasil Pre-Test Pertanyaan Pertama.....	5
Gambar 1.2. Diagram Hasil Pre-Test Pertanyaan Kedua .....	6
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	49
Gambar 4.1. Alasan Penggunaan Pewarna Rambut Miranda.....	65
Gambar 4.2. Model Pengukuran CFA Konstruk Eksogen.....	72
Gambar 4.3. Model Pengukuran CFA Konstruk Endogen .....	73
Gambar 4.4. Model Struktural Penuh.....	82



**FEB UNDIP**