

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
SERTIFIKASI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Penelitian Rujukan	10
2.1.1 Penelitian Ken Sudarti dan Totit Oktoriyanto (2006)	10
2.1.2 Penelitian Yang dan Peterson (2004)	11
2.1.3 Penelitian Casalo et al (2008)	11
2.1.4 Penelitian Rita Eka dan A.R. Saliman (2001)	12
2.2 Telaah Pustaka	13
2.2.1 Sikap Positif Terhadap Merek	13
2.2.2 Daya Tarik Iklan	14
2.2.3 Citra Merek	17
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	18

2.2.5	Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.6	<i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
2.3	Pengembangan Model Penelitian.....	22
2.4	Dimensional Variabel.....	23
2.4.1	Dimensional Variabel Daya Tarik Iklan.....	23
2.4.2	Dimensional Variabel Citra Merek.....	24
2.4.3	Dimensional Variabel Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4.4	Dimensional Variabel Sikap Positif Terhadap Merek.....	25
2.4.5	Dimensional Variabel Loyalitas Pelanggan.....	26
2.4.6	Dimensional Variabel <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	27
2.5	Dimensional Konseptual Variabel.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.1.1	Data Primer.....	31
3.1.2	Data Sekunder.....	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.3	Metode Pungumpulan Data.....	34
3.3.1	Studi Pustaka.....	34
3.3.2	Kuesioner.....	34
3.4	Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.2	Deskripsi Responden.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Frekuensi Pembelian	52
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Produk dan Pekerjaan.....	53

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.4 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden	55
4.4.1 Analisis Indeks Mengenai Daya Tarik Iklan.....	57
4.4.2 Analisis Indeks Mengenai Citra Merek	58
4.4.3 Analisis Indeks Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	60
4.4.4 Analisis Indeks Mengenai Sikap Positif Terhadap Merek.....	62
4.4.5 Analisis Indeks Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	64
4.4.6 Analisis Indeks Mengenai <i>Words of Mouth</i>	66
4.5 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	68
4.5.1 Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	68
4.5.2 Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	69
4.5.3 Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan.....	69
4.5.4 Langkah 4 : Memilih Matrik Input dan Teknik Estimasi	69
4.5.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	71
4.5.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	74
4.5.4.3 Analisis <i>Structural Equation Model</i>	77
4.5.5 Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi	81
4.5.6 Langkah 6 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	82
4.5.6.1 Evaluasi <i>Outliers</i>	82
4.5.6.2 Uji Normalitas Data	84
4.5.6.3 Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas.....	85
4.5.6.4 Uji Kesesuaian <i>Goodness of Fit</i>	85
4.5.7 Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model.....	86
4.6 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	87
4.6.1 <i>Construct Reliability</i>	87
4.6.2 <i>Variance Extract</i>	88
4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian	90
4.7.1 Uji Hipotesis I	90
4.7.2 Uji Hipotesis II	91
4.7.3 Uji Hipotesis III.....	91
4.7.4 Uji Hipotesis IV.....	92

4.7.5 Uji Hipotesis V	92
4.7.6 Uji Hipotesis VI.....	92

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Ringkasan Penelitian	94
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian.....	97
5.2.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Positif Terhadap Merek	97
5.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Sikap Positif Terhadap Merek	98
5.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
5.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
5.2.5 Pengaruh Sikap Positif Terhadap Merek Terhadap <i>Words of Mouth</i> .	101
5.2.6 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap <i>Words of Mouth</i>	101
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	103
5.4 Implikasi Teoritis	107
5.5 Implikasi Manajerial	110
5.6 Keterbatasan Penelitian	113
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	114
 DAFTAR PUSTAKA	 115
LAMPIRAN	118