

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	20
2.1 Perilaku Konsumen.....	20
2.2 Citra Merek.....	23
2.3 Persepsi Kualitas.....	28
2.4 Persepsi Manfaat.....	29
2.5 Kepercayaan	32
2.6 Keputusan Penggunaan Produk	35
2.7 Penelitian Terdahulu	39
2.8 Pengaruh Antar Variabel	44
2.8.1 Variabel Citra Merek dengan Kepercayaan	44
2.8.2 Variabel Persepsi Kualitas dengan Kepercayaan.....	46
2.8.3 Variabel Persepsi Manfaat dengan Kepercayaan.....	47
2.8.4 Variabel Kepercayaan dengan Keputusan	49

2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	50
2.10	Indikator Variabel	51
2.10.1	Citra Merek	51
2.10.2	Persepsi Kualitas	52
2.10.3	Persepsi Manfaat	52
2.10.4	Kepercayaan	53
2.10.5	Keputusan Menggunakan Brizzi	53
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1	Jenis dan Sumber Data	54
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.2.1	Populasi Penelitian	54
3.2.2	Sampel Penelitian	55
3.3	Definisi Operasional Variabel	56
3.4	Metode Pengumpulan Data	61
3.5	Teknik Analisa Data	62
3.5.1	Statistik Deskriptif	62
3.5.2	Analisis Inferensial	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Deskripsi Data	67
4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	68
4.1.3	Analisis <i>Structural Equation Model</i>	72
4.1.4	Uji Normalitas	78
4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Analisis Faktor	80
4.2	Pembahasan	82
BAB V PENUTUP		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Implikasi	88

5.2.1	Implikasi Teori	88
5.2.2	Implikasi Manajerial	89
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	91
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	91
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN-LAMPIRAN		