

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 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Telaah Pustaka	14
2.1.1 Perilaku Konsumen	14
2.1.2 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	14
2.1.3 Minat Beli.....	16
2.1.3.1. Pengertian Minat Beli	16
2.1.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	18
2.1.3.3. Indikator Minat Beli.....	18
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.4.1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.4.2. Indikator <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.5 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
2.1.5.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i> (WOM)	20
2.1.5.2. Indikator <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	22

2.1.6	<i>Brand Trust</i>	22
2.1.6.1.	Pengertian <i>Brand Trust</i>	22
2.1.6.2.	Indikator <i>Brand Trust</i>	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.3.1	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	25
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	26
2.3.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Jamkrindo	26
2.3.4	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Jamkrindo.....	27
2.3.5	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Jamkrindo.....	27
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.5	Hipotesis	28
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2	Populasi Penelitian.....	30
3.3	Definisi Konsep, Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	31
3.4	Tahap Pengolahan Data	31
3.5	Uji Instrumen Penelitian	32
3.6	Metode Analisa Data.....	33
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.6.2	Analisis Inferensial.....	33
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Deskripsi Responden	38
4.2	Deskripsi Variabel	39
4.3	Uji Instrumen Penelitian	42
4.4	Analisis Data	44

4.4.1 Uji Normalitas	44
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda Dengan Path Analisis	49
4.4.4 Uji Model	51
4.4.5 Pengujian Hipotesis	54
4.5 Uji Sobel	56
4.6 Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi	62
5.2.1 Implikasi Teori	62
5.2.2 Implikasi Manajerial	63
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN	