

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sertifikasi.....	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Bagi Peneliti.....	15
1.4.2 Bagi Akademisi.....	16
1.4.3 Bagi perusahaan	16
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	 17
2.1 Telaah Pustaka	17
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2 Pemasaran..	26
2.1.3 Pengertian Tentang Kualitas Produk	27
2.1.4 Pengertian Persepsi Harga	29
2.1.5 Pengertian Tentang Kesadaran Merek	30
2.1.6 Kepuasan Konsumen	34
2.1.7 Pengertian Tentang WOM Positif.....	36

2.2	Pengaruh Antar Variabel.....	38
2.2.1	Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap WOM	38
2.2.2	Kualitas produk berpengaruh terhadap WOM	39
2.2.3	Kesadaran Merek Berpengaruh Terhadap WOM	40
2.2.4	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen..	41
2.2.5	Kesadaran Merek Berpengaruh terhadap Kepuasan Kons.	43
2.2.6	Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Kons. ..	44
2.2.7	Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap WOM positif ...	45
2.3	Kerangka Pemikiran.....	46
2.3.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.3.2	Dimensional Variabel	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis dan Sumber Data	52
3.1.1	Jenis Data	52
3.1.2	Sumber Data	53
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.3	Populasi dan Sampel	57
3.3.1	Populasi	57
3.3.2	Sampel.....	57
3.4	Metode Pengumpulan Data	58
3.5	Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1	<i>Confirmatory factor Analysis</i>	60
3.5.1.1	Uji Validitas	61
3.5.1.2	Uji Realiabilitas	61
3.5.2	Pengujian Model Struktural	61
3.5.2.1	Pengujian Normalitas	61
3.5.2.2	Perancangan Model Struktural.....	62
3.5.2.3	Koefisien Determinasi.....	64

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Profil Obyek Penelitian	66
4.1.1 Profil Perusahaan Produsen Mesin D' Ozone	66
4.1.2 Profil Responden	68
4.2. Analisis Kuantitatif	70
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.2.2 Uji Normalitas	77
4.2.3 Persamaan Struktur Equation Modeling	80
4.2.4 Pengujian Fit Model	81
4.3. Pengujian Hipotesis	85
4.4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	88
4.5. Pembahasan.....	95
BAB V PENUTUP...	103
5.1 Kesimpulan	103
5.1.1 Kesimpulan Hasil Hipotesis.....	103
5.1.2 Kesimpulan Hasil Penelitian	107
5.2. Implikasi Teoritis	111
5.3. Implikasi Kebijakan Manajerial	113
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	116
5.5. Agenda Penelitian Yang Akan Datang	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	122