

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.2 Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>17</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 <i>Commitment-Trust Theory</i>.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 Keputusan Pembelian .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2 Proses Keputusan Pembelian.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.3 Tingkat Penyakit.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Pengetahuan Produk .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.1 Pengertian Pengetahuan Produk.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.2 Kategori Pengetahuan Produk .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4 Persepsi Harga .....</b>	<b>26</b>

2.4.1	Pengertian Persepsi Harga.....	26
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	28
2.5	Persepsi Kualitas Produk.....	28
2.5.1	Pengertian Persepsi Kualitas Produk .....	28
2.5.2	Manfaat Kualitas Produk .....	30
2.6	Kelompok Referensi .....	30
2.6.1	Pengertian Kelompok Referensi.....	30
2.6.2	Klasifikasi Kelompok Referensi .....	31
2.7	<i>Trust</i> .....	33
2.8	Obat .....	34
2.8.1	Pengertian Obat.....	34
2.8.2	Klasifikasi Obat.....	35
2.9	Penelitian Terdahulu.....	39
2.10	Model dan Hipotesis .....	44
2.10.1	Model Penelitian .....	44
2.10.2	Dimensional Variabel .....	45
2.10.3	Pengembangan Hipotesis .....	50
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	59
3.2	Populasi dan Sampling.....	60
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	61
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	64
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	65
3.5.1	Uji Validitas.....	65
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.6	Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	66
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	66
3.6.2	Analisis Statistik Inferensial .....	68
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>74</b>

<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif</b>	
	<b>Responden .....</b>	<b>74</b>
<b>4.1.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>74</b>
<b>4.1.2</b>	<b>Data Deskriptif Responden .....</b>	<b>74</b>
<b>4.2</b>	<b>Proses dan Hasil Analisis .....</b>	<b>76</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>76</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Analisis Statistik Deskriptif Penelitian .....</b>	<b>78</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Analisis Statistik Inferensial Penelitian .....</b>	<b>82</b>
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>96</b>
<b>4.3.1</b>	<b>Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan     Pembelian .....</b>	<b>96</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian ....</b>	<b>100</b>
<b>4.3.3</b>	<b>Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan     Pembelian .....</b>	<b>103</b>
<b>4.3.4</b>	<b>Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan     Pembelian .....</b>	<b>107</b>
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>	<b>112</b>
<b>5.1</b>	<b>Simpulan.....</b>	<b>112</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Kebijakan .....</b>	<b>113</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Implikasi Teoritis .....</b>	<b>113</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Implikasi Manajerial .....</b>	<b>116</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>117</b>
<b>5.4</b>	<b>Agenda Penelitian Mendatang .....</b>	<b>117</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>