

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2. Manfaat Praktis.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1. Konsep Dasar.....	16
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2. Kualitas Produk (<i>Quality Product</i>)	19
2.1.3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	21
2.1.4. Preferensi Konsumen.....	23
2.1.5. Pengetahuan Konsumen (<i>Customer Knowledge</i>)	25
2.1.6. Inovasi Produk (<i>Product Innovation</i>)	26
2.1.7. Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	27

2.2.	Pengembangan Hipotesis.....	28
2.2.1.	Pengaruh variabel inovasi produk terhadap citra merek	28
2.2.2.	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap citra merek	29
2.2.3.	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap preferensi konsumen.....	30
2.2.4.	Pengaruh variabel pengetahuan terhadap preferensi konsumen.....	31
2.2.5.	Pengaruh variabel citra merek terhadap kesediaan membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	31
2.2.6.	Pengaruh variabel preferensi konsumen terhadap kesediaan membayar (<i>willingness to pay</i>).....	32
2.2.7.	Penelitian terdahulu.....	33
2.2.8.	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Desain Penelitian	37
3.2.	Populasi & Sampel	37
3.3.	Identifikasi Variabel	38
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1.	Indikator Variabel Inovasi Produk	39
3.4.2.	Indikator Variabel Kualitas Produk	40
3.4.3.	Indikator Variabel Pengetahuan Konsumen.....	41
3.4.4.	Indikator Variabel Citra Merek.....	41
3.4.5.	Indikator Variabel Preferensi Konsumen	42
3.4.6.	Indikator Variabel Kesediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	42
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.6.	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1.	Uji Validitas	44
3.6.2.	Uji Reliabilitas	45
3.6.3.	Uji Normalitas	46
3.6.4.	Analisis SEM (Structural Equation Modelling).....	46

3.6.5. Validitas Penelitian	48
3.6.6. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.2. Lokasi Penelitian	57
4.3. Data dan Deskripsi Responden.....	58
4.4. Karakteristik Responden	59
4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	60
4.4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	61
4.4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Listrik per Bulan	62
4.5. Uji Kelayakan Data.....	63
4.5.1. Uji Validitas	63
4.5.2. Convergent Validity	63
4.5.3. Uji Reliabilitas	64
4.6. Analisis Asumsi SEM.....	67
4.6.1. Evaluasi Normalitas Data.....	67
4.6.2. Evaluasi Multivariate Outliers	68
4.6.3. Evaluasi Multikolinearitas	69
4.7. Structural Equation Modeling (SEM).....	71
4.8. Analisis Hasil Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh	74
4.8.1. Pengaruh Langsung (Direct Effect).....	74
4.8.2. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	75
4.8.3. Total Pengaruh (Total Effect).....	76
4.9. Pengujian Hipotesis.....	77
4.10. Pembahasan	80

4.10.1. Pengaruh Terbesar Faktor Kesiediaan Membayar	
<i>(Willingness to Pay)</i>	80
4.10.2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Citra Merek	81
4.10.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	83
4.10.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Preferensi Konsumen....	84
4.10.5. Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Preferensi	
Konsumen.....	85
4.10.6. Pengaruh Citra Merek terhadap Kesiediaan Membayar	
<i>(Willingness to Pay)</i>	86
4.10.7. Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Kesiediaan	
Membayar <i>(Willingness to Pay)</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	89
5.1. Kesimpulan Hipotesis	89
5.2. Kesimpulan atas Masalah Penelitian	90
5.3. Implikasi Teoritis	92
5.4. Implikasi Manajerial	93
5.5. Keterbatasan Penelitian	95
5.6. Agenda Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101

FEB UNDIP