

DAFTAR ISI

	HALAMAN
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Tesis.....	ii
Sertifikasi	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TELAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	9
2.1.1. Theory of Reasoned Action (Teori Tindakan Beralasan)	9
2.1.2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Rencanaan).....	10
2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12

2.1.4. Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.1.6. Teori Perilaku.....	16
2.2 Hipotesis	17
2.2.1. Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Minat Kredit Kembali	17
2.2.2. Hubungan Antara Perceived Value dengan Minat Kredit Kembali	17
2.2.3. Hubungan Antara Brand Image dengan Minat Kredit Kembali	18
2.2.4. Hubungan Antara Brand Image dengan Perceived Value	18
2.2.5. Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Perceived Value ...	18
2.3 Variabel-variabel.....	19
2.3.1. Kualitas Layanan	19
2.3.2. Perceived Value	25
2.3.3. Brand Image.....	27
2.3.4. Minat Kredit Kembali.....	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.5 Pengembangan Hipotesis	30
2.6 Definisi Operasional Variabel.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.1.1. Jenis Data	34

3.1.2. Populasi dan Sampel	34
3.1.3. Metode Pengumpulan Data	35
3.2 Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas	36
3.3 Teknik Analisis	37
BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Deskripsi Responden	47
4.1.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	48
4.1.2. Karakteristik Responden Menurut Usia	48
4.1.3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	49
4.1.4. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	50
4.1.5. Karakteristik Responden Menurut Jenis Produk Kredit	50
4.2 Deskripsi Persepsi Responden	51
4.2.1. Kualitas Layanan	52
4.2.2. Perceived Value	54
4.2.3. Brand Image	56
4.2.4. Minat Kredit Kembali	58
4.3 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	60
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori	61
4.3.2. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	70
4.3.3. Interpretasi dan Modifikasi Model	73
4.4 Uji Reliabilitas dan Variance Extract	74
4.4.1. Uji Reliabilitas	74
4.4.2. Variance Extract	74

4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	75
4.5.1. Uji Hipotesis 1	75
4.5.2. Uji Hipotesis 2	76
4.5.3. Uji Hipotesis 3	76
4.5.4. Uji Hipotesis 4	77
4.5.5. Uji Hipotesis 5	77
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.6.1. Kualitas Layanan	80
4.6.2. Perceived Value	80
4.6.3. Brand Image	81
4.6.4. Minat Kredit Kembali	81
BAB V KESIMPULAN HIPOTESIS, IMPLIKASI TEORITIS DAN	
MANAJERIAL	
5.1 Kesimpulan (Hipotesis)	83
5.1.1. Pengaruh Langsung	84
5.1.2. Pengaruh Tidak Langsung	86
5.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	87
5.3 Implikasi Teoritis	88
5.4 Usulan Manajerial	91
5.5 Keterbatasan Penelitian	92
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN - LAMPIRAN	95