

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20
Perbedaan Individu.....	20
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	27
2.1.4 Brand Commitment	34
2.1.5 <i>Brand Identification</i>	39
2.1.6 <i>Perceived Quality</i>	41
2.1.7 <i>Consumer Innate Innovativeness</i>	42
2.2 Hubungan antar Variabel.....	46

2.2.1	Hubungan <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Brand Identification</i>	46
2.2.2	Hubungan <i>Consumer Innate Innovtiveness</i> dengan <i>Brand Identification</i>	46
2.2.3	Hubungan <i>Brand Identification</i> dengan <i>Brand Commitment</i>	47
2.2.4	Hubungan <i>Brand Identification</i> dengan Positif WOM.....	48
2.2.5	Hubungan <i>Brand Commitment</i> dengan Positif WOM	48
2.3	Penelitian Sebelumnya	49
2.4	Model Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Pendekatan Penelitian.....	59
3.2	Identifikasi Variabel	60
3.3	Definisi Operasional Variabel	60
3.4	Jenis dan Sumber Data	64
3.4.1	Jenis Data.....	64
3.4.2	Sumber Data.....	64
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	64
3.6	Teknik Pengumpulan Data	66
3.7	Teknik Analisis Data	67
3.7.1	Uji Validitas	67
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	67
3.7.3	Structural Equation Model (SEM)	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		75
4.1	Profil Blue Muscle.....	75
4.1.1	Sejarah Brand Blue Muscle Union.....	75
1.2	Karakteristik Responden	76
1.2.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	76
1.2.2	Profil Responden berdasarkan Usia.....	77
1.2.3	Profil Responden berdasarkan Pendidikan	78
1.2.4	Profil Responden berdasarkan Pengeluaran	79

4.2.5	Jawaban Responden.....	80
4.2.5.1	Jawaban Responden Terkait Variabel <i>Perceived Quality</i>	80
4.2.5.2	Jawaban Responden Terkait Variabel <i>Consumer Innate Innovativeness</i>	81
4.2.5.3	Jawaban Responden terkait Variabel <i>Consumer Brand Identification</i>	82
4.2.5.4	Jawaban Responden Terkait Variabel <i>Brand Commitment</i>	83
4.2.5.5	Jawaban Responden terkait Variabel <i>Word of Mouth</i>	85
4.3	Analisis Model dan Uji Hipotesis.....	86
4.3.1	Analisis Model Pengukuran	86
4.3.1.1	Uji Validitas Model Pengukuran	86
4.3.1.2	Uji Reliabilitas Model Pengukuran	90
4.3.2	Analisis Model Struktural.....	91
4.3.3.	Pengujian Hipotesis	92
4.4	Pembahasan	96
4.4.1	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Consumer Brand Identification</i>	96
4.4.2	Pengaruh <i>Consumer Innate Innovativeness</i> Terhadap <i>Consumer Brand Identification</i>	97
4.4.3	Pengaruh <i>Consumer Brand Identification</i> Terhadap <i>Brand Commitment</i>	98
4.4.4	Pengaruh <i>Consumer Brand Identification</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i>	100
4.4.5	Pengaruh <i>Brand Commitment</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i>	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Simpulan	102
5.2	Saran	102
5.2.1	Saran bagi Manajemen	102
5.2.2	Saran Bagi Akademisi	103
5.2.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hierarki Kebutuhan.....	17
Gambar 2.2 Model Keputusan Konsumen	20
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	77
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	78
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	79
Gambar 4.5 Model Struktural Penelitian.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Parameter Uji Validitas	67
Tabel 4.1 Jawaban Responden Terkait Variabel Perceived Quality	81
Tabel 4.2 Rangkuman Jawaban Responden Terkait Variabel Consumer Innate Innovation.....	82
Tabel 4.3 Rangkuman Jawaban Responden Terkait Variabel Consumer Brand Identification	83
Tabel 4.4 Rangkuman Jawaban Responden Terkait Variabel Brand Commitment....	84
Tabel 4.5 Rangkuman Jawaban Responden Terkait Variabel Word of Mouth	85
Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen Variabel Berdasarkan Outer Loading	86
Tabel 4.7 Nilai Average Variance Extracted	88
Tabel 4.8 Uji Validitas Diskriminan - Nilai RAVE dengan Korelasi antar Variabel .	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	90
Tabel 4.10 Goodness of Fit Model Struktural.....	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	93