

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	34
Tabel 4. 1 Skala Likert yang Digunakan pada Kuisisioner Tahap 1.....	56
Tabel 4. 2 Data Responden kuisisioner Tahap 1.....	56
Tabel 4. 3 Kriteria dan Subkriteria Penilaian Niat Beli Konsumen	61
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Kuisisioner Geomean bagian Kriteria.....	66
Tabel 4. 5 Nilai Bobot Relatif bagian Kriteria	67
Tabel 4. 6 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Kepercayaan.....	68
Tabel 4. 7 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Niat Perilaku.....	68
Tabel 4. 8 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	68
Tabel 4. 9 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Norma Subjektif.....	69
Tabel 4. 10 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	69
Tabel 4. 11 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Harga.....	70
Tabel 4. 12 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	71
Tabel 4. 13 Nilai Bobot Relatif bagian Subkriteria Sikap.....	71
Tabel 4. 14 Perhitungan Normalisasi bagian Kriteria.....	73
Tabel 4. 15 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Kepercayaan	73
Tabel 4. 16 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Niat Perilaku.....	73
Tabel 4. 17 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	74
Tabel 4. 18 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Norma Subjektif.	74
Tabel 4. 19 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	75
Tabel 4. 20 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Harga.....	75
Tabel 4. 21 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	76
Tabel 4. 22 Perhitungan Normalisasi bagian Subkriteria Sikap.....	77
Tabel 4. 23 Hasil Perhitungan priority vector bagian Kriteria	78

Tabel 4. 24 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Kepercayaan	78
Tabel 4. 25 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Niat Perilaku	79
Tabel 4. 26 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Efektifitas yang dirasakan Konsumen	79
Tabel 4. 27 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Norma Subjektif	80
Tabel 4. 28 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Relevansi yang dirasakan Pribadi	80
Tabel 4. 29 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Harga	80
Tabel 4. 30 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	81
Tabel 4. 31 Hasil Perhitungan priority vector bagian Subkriteria Sikap	81
Tabel 4. 32 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Kriteria	82
Tabel 4. 33 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Kepercayaan	83
Tabel 4. 34 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Niat Perilaku	83
Tabel 4. 35 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	83
Tabel 4. 36 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Norma Subjektif	84
Tabel 4. 37 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi	84
Tabel 4. 38 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Harga	85
Tabel 4. 39 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	85
Tabel 4. 40 Hasil Perhitungan Vektor Eigen dan Nilai Eigen bagian Subkriteria Sikap	85

Tabel 4. 41 Hasil Perhitungan Konsistensi	86
Tabel 4. 42 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Kepercayaan	87
Tabel 4. 43 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Niat Perilaku	88
Tabel 4. 44 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	88
Tabel 4. 45 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Norma Subjektif	89
Tabel 4. 46 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi	89
Tabel 4. 47 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Harga	90
Tabel 4. 48 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Pengetahuan Konsumen	90
Tabel 4. 49 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Kriteria Sikap	91
Tabel 4. 50 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Kepercayaan	92
Tabel 4. 51 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Niat Perilaku	92
Tabel 4. 52 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	93
Tabel 4. 53 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi	93
Tabel 4. 54 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Harga	94
Tabel 4. 55 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Pengetahuan Konsumen	95
Tabel 4. 56 Rekapitulasi Matriks Skala TFN Subkriteria Sikap	95
Tabel 4. 57 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Kriteria	96
Tabel 4. 58 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Kepercayaan	97
Tabel 4. 59 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	97
Tabel 4. 60 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	98
Tabel 4. 61 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Norma Subjektif	98

Tabel 4. 62 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	98
Tabel 4. 63 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Harga	99
Tabel 4. 64 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	99
Tabel 4. 65 Hasil Perhitungan Sintesis Fuzzy bagian Subkriteria Sikap	100
Tabel 4. 66 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Kriteria	100
Tabel 4. 67 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Kepercayaan	101
Tabel 4. 68 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Niat Perilaku	101
Tabel 4. 69 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen.....	101
Tabel 4. 70 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Norma Subjektif	102
Tabel 4. 71 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	102
Tabel 4. 72 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Harga	103
Tabel 4. 73 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Pengetahuan Konsumen	103
Tabel 4. 74 Hasil Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi bagian Subkriteria Sikap	103
Tabel 4. 75 Rekapitulasi Perhitungan Bobot Fuzzy.....	104
Tabel 4. 76 Rekapitulasi Normalisasi Bobot Fuzzy	105
Tabel 5. 1 Bobot Kriteria.....	106
Tabel 5. 2 Bobot Subkriteria Kepercayaan	108
Tabel 5. 3 Bobot Subkriteria Niat Perilaku	109
Tabel 5. 4 Bobot Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen.....	110
Tabel 5. 5 Bobot Subkriteria Norma Subjektif	111

Tabel 5. 6 Bobot Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	111
Tabel 5. 7 Bobot Subkriteria Harga	112
Tabel 5. 8 Bobot Subkriteria Pengetahuan Konsumen	113
Tabel 5. 9 Bobot Subkriteria Sikap	114