

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Teori – Teori dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Teori Perilaku Berencana	15
2.1.2 Sikap Terhadap Merek	15
2.1.3 Norma Subyektif	16
2.1.4 <i>Perceived Behavioral Control</i>.....	16
2.1.5 Pengetahuan Lingkungan	16
2.1.6 Manfaat Moneter	17
2.1.7 <i>Perceived Betrayal</i>	17
2.1.8 Niat Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran	26

2.4. Hipotesis Penelitian	26
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Operasionalisasi Variabel	30
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.4. Pengumpulan Data dan Sumber Data	33
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6. Teknik Analisis Data	35
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Analisis Deskriptif	38
4.2. Analisis Structural Equation Modeling.....	41
4.2.1. Model Pengukuran	41
4.2.2. Model Struktural	43
4.3. Pembahasan	46
4.4.1. Pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap Teori perilaku berencana	47
4.4.2. Pengaruh manfaat moneter terhadap Teori perilaku berencana	48
4.4.3. Pengaruh sikap terhadap merek terhadap niat pembelian	49
4.4.4. Pengaruh norma subyektif terhadap niat pembelian	50
4.4.5. Pengaruh <i>perceived behavioral control</i> terhadap niat pembelian.	50
4.4.6. Pengaruh <i>perceived betrayal</i> terhadap niat pembelian	51
BAB V	52
KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN 1	62