

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II	19
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Model Pengambilan Keputusan	19
2.1.2 Teori Perilaku Terencana	20
2.1.3 Kesadaran Kesehatan	22
2.1.4 Pengetahuan Produk	23
2.1.5 Norma Subjektif	25
2.1.6 Paparan Media	26
2.1.7 Hambatan yang Dipresepsikan	28
2.1.8 Sikap	29
2.1.9 Niat Beli Ulang	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Model Penelitian	33

2.4 Pengembangan Hipotesis.....	34
2.4.1 Pengaruh kesadaran kesehatan pada sikap.....	34
2.4.2 Pengaruh pengetahuan produk terhadap sikap.....	36
2.4.3 Pengaruh norma subjektif terhadap sikap	37
2.4.4 Pengaruh paparan media terhadap sikap.....	39
2.4.5 Pengaruh hambatan yang dipresepsikan terhadap sikap.....	40
2.4.6 Pengaruh sikap terhadap niat beli ulang	42
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Desain Penelitian	45
3.2 Metode Pengumpulan Data	45
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	46
3.2.2 Instrumen Penelitian	47
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran	48
3.3.1 Kesadaran Kesehatan	49
3.3.2 Pengetahuan Produk	50
3.3.3 Norma Subjektif.....	50
3.3.4 Paparan Media	51
3.3.5 Hambatan yang Dipresepsikan	52
3.3.6 Sikap	52
3.3.7 Niat Beli Ulang	53
3.4 Pengujian Instrumen.....	53
3.4.1 Uji Validitas	54
3.4.2 Uji Reliabilitas	55
3.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	56
3.6 Goodness of Fit Model	56
3.7 Pengujian Hipotesis	58
BAB IV	60
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Pengumpulan Data	60
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.3 Pengujian Instrumen.....	64
4.3.1 Uji Validitas Konvergen	64
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan	66
4.3.3 Uji Reliabilitas	67

4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	68
4.5 Goodness of Fit Model	71
4.6 Pengujian Hipotesis	73
4.7 Pembahasan	77
4.7.1 Kesadaran Kesehatan Berpengaruh Positif pada Sikap	77
4.7.2 Pengetahuan Terhadap Produk Berpengaruh Positif pada Sikap	79
4.7.3 Norma Subjektif Berpengaruh Positif pada Sikap.....	81
4.7.4 Paparan Media Berpengaruh Positif pada Sikap.....	83
4.7.5 Hambatan yang Dipersepsikan Berpengaruh Negatif pada Sikap	85
4.7.6 Sikap Berpengaruh Positif pada Niat Beli Ulang	88
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Implikasi Manajerial.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Rekomendasi	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	110