

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Pertanyaan Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.6. Lingkup Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Perilaku Konsumen	16
2.1.2. Nama Merek	18
2.1.3. Fitur Produk	22
2.1.4. Pengaruh Sosial	23
2.1.5. Pengorbanan Produk	25
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	26
2.3. Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1. Pengaruh Nama Merek pada Perilaku Konsumen	

untuk Memilih Klinik Layanan Bayi Tabung	30
2.3.2. Pengaruh Fitur Produk pada Perilaku Konsumen	
untuk Memilih Klinik Layanan Bayi Tabung	32
2.3.3. Pengaruh Sosial pada Perilaku Konsumen	
untuk Memilih Klinik Layanan Bayi Tabung	33
2.3.4. Pengaruh Pengorbanan Produk pada Perilaku	
Konsumen untuk Memilih Klinik Layanan Bayi	
Tabung.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Metode Pengumpulan Data	40
3.2.1. Populasi	40
3.2.2. Metode Pengambilan Sampel	40
3.2.3. Ukuran Sampel	41
3.3. Definisi Operasional	42
3.4. Metode Analisis Data	45
3.4.1. Analisis Deskriptif	45
3.4.2. Analisis SEM	46
3.4.3. Variabel dalam SEM	49
3.4.4. Model dalam SEM	50
3.4.5. Tahapan dan Prosedur SEM	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Deskriptif Objek Penelitian.....	56
4.1.1. Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	56

4.2.	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1.	Karateristik Responden	56
4.3.	Analisis Data.....	58
4.3.1.	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	58
4.4.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	67
4.4.1.	Uji Validitas.....	67
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	69
4.5.	Analisis Variabel Menggunakan Pengujian SEM.....	70
4.5.1.	Gambar Diagram Jalur.....	70
4.5.2.	Ukuran Sampel.....	71
4.5.3.	Uji Outlier.....	71
4.5.4.	Uji Normalitas.....	75
4.5.5.	Uji Singularitas.....	76
4.5.6.	Uji Multikolinieritas.....	77
4.5.7.	Uji Standardized Residual Covariances.....	78
4.6.	Variabel dalam SEM.....	79
4.6.1.	Variabel Laten.....	79
4.6.2.	Variabel Teramati.....	80
4.7.	Persamaan Struktural.....	81
4.7.1.	Model Struktural.....	81
4.7.2.	Model Pengukuran.....	82
4.8.	Pengujian Hipotesis.....	84
4.9.	Uji Keseluruhan Model.....	86
4.10.	Pembahasan.....	89
4.10.1	Pengaruh Nama Merek Pada Perilaku Memilih.....	89



4.10.2 Pengaruh Fitur Produk Pada Perilaku Memilih.....	90
4.10.3 Pengaruh Sosial Pada Perilaku Memilih.....	91
4.10.4 Pengaruh Pengorbanan Produk Pada Perilaku Memilih.....	93
BAB V PENUTUP.....	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Implikasi Manajerial.....	96
5.3. Keterbatasan.....	98
5.4. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104