

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Riset.....	11
1.4 Tujuan Riset.....	11
1.5 Lingkup Riset.....	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Intensi Pembelian.....	14
2.2 Kredibilitas Merek.....	15
2.3 Kemudahan Dalam Mengambil Keputusan	17

2.4	Komitmen Afektif	18
2.5	Hubungan Antara Kredibilitas Merek Dengan Kemudahan Dalam Mengambil Keputusan	20
2.6	Hubungan Antara Kemudahan Dalam Mengambil Keputusan Dengan Intensi Pembelian.....	21
2.7	Hubungan antara Kredibilitas Merek dengan Komitmen Afektif.....	21
2.8	Hubungan antara Komitmen Afektif dengan Intensi Pembelian	22
2.9	Hubungan antara Kredibilitas Merek dengan Intensi Pembelian	23
2.10	Model Riset.....	23
BAB III		25
METODA PENELITIAN		25
3.1	Strategi Riset.....	25
3.2	Definisi Operasional Dan Pengukuran.....	25
3.2.1	Kredibilitas Merek	25
3.2.2	Kemudahan Dalam Mengambil Keputusan	27
3.2.3	Komitmen Afektif.....	28
3.2.4	Intensi Pembelian.....	29
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	30
3.3.1	Metoda Pengambilan Sampel	30
3.3.2	Populasi Dan Unit Sampel	31
3.3.3	Ukuran Sampel.....	31
3.3.4	Lokasi Riset	31
3.5	Objek Riset.....	32
3.6	Metoda Pengumpulan Data.....	37
3.7	Instrumen Riset	37
3.8	Pengujian Instrumen	38
3.8.1	Uji Validitas	38
3.8.2	Uji Reliabilitas	39
3.9	<i>Pre-test</i> Instrumen Penelitian.....	40
3.10	Metoda Analisis Data.....	40
3.10.1	Partial Least Square	40
3.10.2	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.10.3	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41

3.10.4 Pengujian Hipotesis	42
3.11 Hasil <i>Pre-test</i>	42
BAB IV	46
ANALISIS DATA	46
4.1 Karakteristik Responden	46
4.2 Maskapai Penerbangan Komersial yang Menjadi Favorit Responden	48
4.3 Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Statistik Deskriptif	54
4.5 Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.5.1 Uji <i>R-square</i> (Koefisien Determinasi).....	57
4.5.2 Uji Hipotesis	58
4.6 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	63
4.7 Pembahasan.....	64
4.7.1 Kredibilitas Merek Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kemudahan dalam mengambil keputusan	64
4.7.2 Kemudahan dalam mengambil keputusan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Intensi Pembelian.....	65
4.7.3 Kredibilitas Merek Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Komitmen Afektif.....	66
4.7.4 Komitmen Afektif Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Intensi Pembelian.....	67
4.7.5 Kredibilitas Merek Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Intensi Pembelian.....	67
BAB V	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan Penelitian	69
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	74