

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Diagram	xii
Daftar Lampiran	xiii
<i>Abstract</i>	xv
Intisari	xvi
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Internet Sebagai Media Komunikasi dan Beriklan	1
1.1.2. Komunitas Sebagai Referensi Suatu Produk	3
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Keaslian Penelitian	4
1.3.1. Aplikasi TPB Untuk Mengetahui Motif Pembelian Asuransi Jaminan Hari Tua oleh Kanler dan Todd	5
1.3.1.1. Latar Belakang Penelitian	6
1.3.1.2. Hasil Penelitian Mencari Motivasi Pembelian Asuransi	6
1.3.2. Penelitian Terhadap Konsumen Pendidikan Tinggi Oleh Dharmmesta	7
1.3.2.1. Perilaku Mahasiswa Sebagai Konsumen Pendidikan Tinggi	8
1.3.2.2. Kesimpulan Hasil Penelitian	8
1.3.3. Aplikasi TPB Untuk Mengetahui Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Klien Biro Konsultasi Kredit oleh Xiao dan Wu	9
1.3.3.1. Industri Konsultan Kredit	9

1.3.3.2. Hasil Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.4.1. Tujuan Umum	11
1.4.2. Tujuan Khusus	12
1.5. Lingkup Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian	13
1.6.1. Manfaat Khusus	13
1.6.1.1. Manfaat Bagi Pemasar	13
1.6.1.2. Manfaat Bagi Akademisi	14
1.6.2. Manfaat Umum	14
1.7. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1. Sikap dan Fungsi Sikap	16
2.1.1. Sikap Sebagai Pengetahuan	16
2.1.2. Sikap Sebagai Instrumentalitas	16
2.1.3. Sikap Sebagai Pertahanan Diri	17
2.1.4. Sikap Sebagai Penggambaran Diri	17
2.2. <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i>	18
2.2.1. Sikap Terhadap Perilaku (Ab)	18
2.2.1.1. <i>Salient Modal Belief</i>	19
2.2.1.2. Keyakinan	20
2.2.1.3. Pengukuran Sikap Terhadap Perilaku	20
2.2.2. Norma Subyektif (SN)	20
2.2.3. Niat (I)	21
2.3. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	21
2.3.1. Sikap Terhadap Perilaku (Ab)	22
2.3.1.1. Keyakinan Keperilakuan	22
2.3.1.2. Pengukuran Sikap	23
2.3.2. Norma Subyektif	24
2.3.2.1. Keyakinan Normatif	24
2.3.2.2. Pengukuran Norma Subyektif	25

2.3.3.1.	Keyakinan Kontrol	25
2.3.3.2.	Pengukuran Kontrol Keperilakuan	26
2.3.4	Kontrol Keperilakuan Aktual	27
2.4.	Pengembangan Hipotesis	27
2.4.1.	Hubungan Sikap Terhadap Perilaku Dengan Niat	27
2.4.2.	Hubungan Norma Subyektif Dengan Niat	27
2.4.3.	Hubungan Kontrol Keperilakuan Dengan Niat	28
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Populasi	29
3.2.	Sampel Penelitian	30
3.2.1	Metode Pengambilan Sampel	30
3.2.1.1.	Purposive Sampling	30
3.2.1.2.	Snowball Sampling	31
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.	Permasalahan Survei dan Solusinya	32
3.5.	Identifikasi <i>Salient Modal Belief</i>	33
3.5.1.	Sikap Terhadap Perilaku	35
3.5.2.	Norma Subyektif	36
3.5.3.	Kontrol Keperilakuan	37
3.5.4.	Niat	38
3.6.	Pengukuran Variabel	38
3.7.	Analisis Sampel Kecil	39
3.7.1.	Uji Validitas	39
3.7.2.	Uji Reliabilitas	43
BAB IV ANALISIS DATA		
4.1.	Topik Penelitian	46
4.1.1.	Daihatsu Gran Max Minibus	46
4.1.2.	Profil Responden	46
4.2.	Analisis Sampel Besar	50

1.	Uji Instrument	50
4.2.1.1.	Uji Validitas	51
4.2.1.2.	Uji Reliabilitas	56
4.2.2.	Uji Deskriptif	58
4.2.2.1.	Sikap Terhadap Perilaku	59
4.2.2.2.	Norma Subyektif	59
4.2.2.3.	Kontrol Keperilakuan	60
4.2.2.4.	Niat	60
4.3.	Uji Hipotesis	60
4.3.1.	Uji Simultan F-Test	61
4.3.2.	Uji Parsial T-Test	62
4.3.3.	Koefisien Determinasi	64
4.4.	Interpretasi Hasil Uji Penelitian	65
4.4.1.	Diskusi Hasil Analisis	66
4.4.1.1.	Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Pada Niat	65
4.4.1.2.	Analisis Pengaruh Norma Subyektif Pada Niat	66
4.4.1.3.	Analisis Pengaruh Kontrol Keperilakuan Pada Niat	67
 BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan Hasil Analisis	68
5.1.1.	Uji Simultan F-Test	68
5.1.2.	Uji Parsial T-Test	69
5.1.3.	Koefisien Determinasi	70
5.2.	Keterbatasan Penelitian	70
5.3.	Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut	71
Daftar Pustaka		73
Lampiran		76