

DAFTAR ISI:

Lembaran Judul	i
Ringkasan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Alur pikir penelitian	7
II Tinjauan Pustaka	8
A. Pengertian Perilaku Konsumen	8
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Konsumen	9
C. Atribut	11
D. Tingkat Kepentingan Atribut	15
E. Brand Image	15
F. Preferensi Merek	19
G. Pemasaran Jasa	20
III Metode Penelitian	24
A. Waktu dan Tempat	24
B. Sumber Data	24
C. Populasi dan Sampel	24
D. Metode Pengumpulan Data	25
E. Analisis Data	25
IV Indikator Kinerja	32
V Hasil dan Pembahasan	33
A. Pengaruh Perilaku Konsumen	33
1. Analisis Sikap Konsumen dengan Fishbein	35
i. Analisis Kepercayaan	43
ii. Analisis Evaluasi	44
iii. Analisis Regresi Linier Berganda untuk Sikap	45
B. Pengaruh Kelompok Referensi	48
1. Perilaku Konsumen dalam Mengambil Keputusan	48
2. Fishbein Extended	50
i. Analisis Kepercayaan	51
ii. Analisis Evaluasi	53
iii. Analisis Subjektif Norm	53
iv. Analisis Bobot	54
v. Analisis Behavior Intention (BI)	55
vi. Analisis Kelompok Referensi	56

C. Brand Image	56
1. Analisis Atribut Bank	56
VI Kesimpulan dan Saran	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	84
VII Pustaka	87
Lampiran :	
1. Data Pendukung	
2. Rincian Penggunaan Biaya	
3. Tanda Pengesahan	
4. Abstraksi Skripsi Mahasiswa	
5. Biodata Pelaksana	

DAFTAR TABEL :

	Hal.
Tabel I.1 Perkembangan Jumlah Nasabah PT. Bank Riau Cabang Utama – Pekanbaru Dari Tahun 1999 - 2003	3
Tabel V.1 Persentase Jumlah Nasabah Berdasarkan Status Responden	34
Tabel V.2 Persentase lama menjadi nasabah	34
Tabel V.3 Jumlah Nasabah berdasarkan Frekuensi Transaksi	35
Tabel V.4 Data Jawaban Mengenai Sikap	38
Tabel V.5 Hasil Rata-rata Kepercayaan Konsumen	43
Tabel V.6 Hasil Rata-rata Evaluasi Konsumen	44
Tabel V.7 Persentase Berdasarkan Kelompok Referensi	49
Tabel V.8 Jumlah Responden Berdasarkan Keputusan Jenis Tabungan	49
Tabel V.9 Hasil Rata-rata Kepercayaan	52
Tabel V.10 Hasil Rata-rata Evaluasi Responden	53
Tabel V.11 Hasil Jawaban Subjektive Norm	54
Tabel V.12 Hasil Rata-rata Sikap dan Subjektive Norm	55
Tabel V.13 Hasil Cochrain	57
Tabel V.14 Pengujian I	58
Tabel V.15 Hasil Olah Data dengan Cochrain	58
Tabel V.16 Pengujian II	59
Tabel V.17 Pengujian III	60
Tabel V.18 Data Pengujian III	61
Tabel V.19 Pengujian IV	64
Tabel V.20 Data pengujian IV	64
Tabel V.21 Pengujian V	67
Tabel V.22 Data Pengujian V	68
Tabel V.23 Pengujian VI	71
Tabel V.24 Data Pengujian VI	71
Tabel V.25 Pengujian VII	74
Tabel V.26 Data Pengujian VII	75
Tabel V.27 Pengujian VIII	78
Tabel V.28 Data Pengujian VIII	78

Daftar Gambar

	Hal
Gambar 1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9