

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Masalah.....	2
1.3    Rumusan Masalah .....	5
1.4    Tujuan Penelitian.....	5
1.5    Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1    Aspek Praktis .....	5
1.5.2    Aspek Akademis .....	6
1.6    Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1    Manajemen .....	7
2.2    Pemasaran.....	7
2.3    Niat Beli ( <i>purchase intention</i> ) .....	7
2.4    Kepercayaan ( <i>trust</i> ) .....	8
2.5    Niat Perilaku ( <i>behavior intention</i> ).....	8
2.6    Efektivitas dirasakan oleh Konsumen .....	9
2.7    Norma Subjektif ( <i>subjective norms</i> ) .....	10
2.8    Relevansi pribadi yang dirasakan ( <i>perceived personal relevance</i> ) .....	11

2.9	Harga ( <i>price</i> ) .....	11
2.10	Pengatahuan Konsumen ( <i>consumer knowledge</i> ).....	12
2.11	Sikap ( <i>attitude</i> ) .....	12
2.12	<i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	13
2.13	<i>Fuzzy AHP (Analytic Hierarchy Process)</i> .....	15
2.14	Alasan Pemilihan Metode dan Perbandingan Metode.....	18
2.14.1	Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) .....	18
2.14.2	Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) .....	18
2.15	Penelitian Terdahulu .....	19
2.16	Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Tahapan Penelitian .....	34
3.2.1	Tahapan Pendahuluan .....	35
3.2.2	Tahapan Pengumpulan Data .....	36
3.2.3	Tahapan Pengolahan Data.....	37
3.2.4	Tahap Analisa .....	37
3.2.5	Kesimpulan dan Saran.....	37
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>		<b>55</b>
4.1	Pemilihan Kriteria dan Subkriteria Niat Beli Konsumen .....	55
4.1.1	Metode Pengumpulan Data .....	55
4.1.2	Pemilihan Responden.....	56
4.1.3	Pengolahan Data Kuisisioner Tahap 1 .....	61
4.2	Kuisisioner Perbandingan Berpasangan dengan Metode AHP .....	64
4.3	Pembobotan Kriteria dan Subkriteria .....	65

4.3.1	Pengumpulan Data dengan Metode AHP .....	65
4.3.2	Pengolahan Data dengan Metode AHP.....	65
4.3.3	Normalisasi Nilai Bobot Relatif.....	72
4.3.4	Menentukan <i>Normalized Principal Eigen Vector</i> , <i>Vector Eigen</i> dan Nilai Eigen .....	77
4.3.5	Perhitungan Konsistensi.....	86
4.4	Pembobotan Kriteria dengan Metode Fuzzy <i>AHP</i> .....	87
4.4.1	Mengubah Skala AHP menjadi TFN .....	87
4.4.2	Perhitungan Nilai Sintesis Fuzzy .....	96
4.4.3	Perhitungan Nilai Vektor dan Defuzzifikasi .....	100
4.4.4	Perhitungan Bobot Fuzzy dan Normalisasi.....	104
4.5	Analisis Pembobotan Kriteria Utama.....	106
4.6	Analisis Pembobotan Subkriteria Kepercayaan .....	108
4.7	Analisis Pembobotan Subkriteria Niat Perilaku.....	109
4.8	Analisis Pembobotan Subkriteria Efektifitas yang Dirasakan Konsumen	109
4.9	Analisis Pembobotan Subkriteria Norma Subjektif .....	110
4.10	Analisis Pembobotan Subkriteria Relevansi yang Dirasakan Pribadi.....	111
4.11	Analisis Pembobotan Subkriteria Harga .....	112
4.12	Analisis Pembobotan Subkriteria Pengetahuan Konsumen .....	113
4.13	Analisis Pembobotan Subkriteria Sikap .....	114
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>55</b>
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>62</b>