

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I       PENDAHULUAN.....	i
1.1       Latar Belakang.....	1
1.2       Rumusan Masalah .....	10
1.3       Tujuan Penelitian.....	11
1.4       Sistematika Penulisan.....	12
BAB II       TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1       Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Purchase Intention</i> .....	13
2.1.2 <i>Brand Image (Citra Merek)</i> .....	15
2.1.3   Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ).....	18
2.1.4 <i>Perceived Value</i> (Persepsi Nilai).....	23
2.2       Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1   Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	25
2.2.2   Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	26
2.2.3   Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	27
2.3       Penelitian Terdahulu.....	27
2.4       Kerangka Pemikiran .....	32

BAB III	METODE PENELITIAN .....	34
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2	Populasi dan Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5	Model Pengukuran (Outer Model) .....	39
3.5.1	Uji Validitas.....	39
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.6	Metode Analisis Data .....	41
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	42
3.6.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.4	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1	Karakteristik Responden .....	47
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	48
4.2.1	Uji Validitas.....	48
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	51
4.3	Statistik Deskriptif.....	52
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.1	Uji Normalitas .....	54
4.4.2	Uji Multikolinieritas .....	55
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.5	Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.6	Uji Hipotesis.....	58
4.6.1	Uji t.....	58
4.6.2	Uji F.....	60
4.6.3	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	61
4.7	Pembahasan .....	61
4.7.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	62
4.7.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	63

4.7.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Purchase Intentions</i> .....	63
BAB V	PENUTUP .....	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3	Implikasi Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

