

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan Tesis	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Abstract	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	15
2.1.1 Minat Beli	15
2.1.2 Pengetahuan Tentang Merek Induk	17
2.1.3 Kredibilitas Perusahaan	19
2.1.4 Persepsi Kualitas Merek Ekstensi	21
2.1.5 Citra Merek Ekstensi	24
2.1.6 Asosiasi Merek Pada Merek Induk	25
2.1.7 Hubungan Variabel Pengetahuan Konsumen Tentang Merek Induk dengan Persepsi Kualitas pada Ekstensi Merek	28
2.1.8 Hubungan Kredibilitas Perusahaan dengan Persepsi Kualitas pada Merek Ekstensi	29

2.1.9	Hubungan Variabel Kredibilitas Perusahaan dengan Asosiasi Merek	31
2.1.10	Hubungan Variabel Persepsi Kualitas pada Merek Induk dengan Citra Merek	31
2.1.11	Hubungan Variabel Citra Merek dengan Niat Beli pada Merek Ekstensi	32
2.1.12	Hubungan Asosiasi Merek Pada Merek Induk dengan Citra Merek Ekstensi	33
2.1.13	Hubungan Variabel Asosiasi Merek Ekstensi dengan Minat Beli pada Produk Ekstensi	34
2.2	Pengembangan Model Penelitian	35
2.3	Hipotesis	37
2.4	Dimensionalisasi Variabel	38
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Populasi dan Sampel	48
3.2	Definisi Oprasional	49
3.3	Metode Pengumpulan Data	50
3.4	Teknik Analisis	51
BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1	Analisis Nilai Indeks	62
4.2	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	68
4.3	Analisis <i>Full Model Structural Equation Modeling</i> (SEM)	79
4.4	Pengujian Hipotesis	84
4.5	Analisis Pengaruh	86
4.6	Kesimpulan Bab	87

BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Implikasi Teoritis	90
5.3	Implikasi Manajerial	92
5.4	Keterbatasan Penelitian	99
5.5	Agenda Penelitian Mendatang	99

DAFTAR PUSTAKA

