

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.2 <i>Brand Image</i>	22
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3.1 <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2 <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.3 <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	37
2.3.4 <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	38
2.3.5 <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4 Kerangka Pemikiran.....	40

2.5 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Kuesioner	46
3.4.2 Studi Pustaka.....	47
3.5 Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	55
4.2 Hasil Uji Asumsi Model Permasamaan Struktural	58
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas dan Ekstraksi Varians	59
4.2.3 Hasil Uji Normalitas	61
4.2.4 Hasil Uji Outlier Data	62
4.2.5 Hasil Uji Multikolinearitas dan Singularitas.....	64
4.2.6 Hasil Uji Nilai Residual	65
4.3 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	66
4.3.1 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	66
4.3.2 Analisis Full Model Persamaan Struktural	71
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	73
4.4 Hasil Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	75

BAB V KESIMPULAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi Teoritis	78
5.3 Implikasi Manajerial	79
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.5 Saran Untuk Penelitian Lanjutan bagi Penelitian Mendatang.....	84
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	89

