

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	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 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.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penelitian .....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	18
2.1.2 Kesadaran Merek .....	22
2.1.3 Persepsi Kualitas .....	25
2.1.4 Persepsi Harga.....	27
2.1.5 Kepercayaan Merek .....	31
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	37
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek .....	41
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepercayaan Merek .....	42
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan Merek.....	43

2.3.4	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.4	Kerangka Pemikiran .....	45
2.5	Hipotesis .....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
3.1.1	Variabel Penelitian .....	48
3.1.2	Definisi Operasional .....	50
3.2	Objek Penelitian, Populasi dan Sampel .....	52
3.2.1	Populasi .....	52
3.2.2	Sampel .....	52
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	54
3.3.1	Jenis Data .....	54
3.3.2	Sumber Data .....	55
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	56
3.5	Metode Analisis Data .....	57
3.5.1	Uji Validitas .....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	58
3.5.3	Uji Hipotesis .....	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN .....		65
4.1	Gambaran Umum Lemonilo .....	65
4.2	Gambaran Umum Responden .....	65
4.2.1	Gambaran Karakteristik Responden Penelitian .....	66
4.3	Hasil Penelitian .....	67
4.3.1	Deskripsi Data Penelitian .....	67
4.4	Hasil Analisis SEM .....	74
4.4.1	Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) .....	74
4.4.2	Pengujian Full Model SEM .....	87
4.4.3	Pengujian Hipotesis .....	97
4.4.4	Analisis Pengaruh Direct, Indirect, dan Total .....	101
BAB V PENUTUP .....		104
5.1	Kesimpulan .....	104
5.1.1	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	104
5.1.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepercayaan Merek .....	105

5.1.3	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepercayaan Merek .....	106
5.1.4	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek .....	106
5.2	Keterbatasan .....	107
5.3	Saran .....	108
5.3.1	Implikasi Manajerial .....	108
5.3.2	Saran Penelitian yang Akan Datang .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....		112
DAFTAR LAMPIRAN .....		118

