

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat penelitian.....	13
BAB 2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2. Minat beli	15
2.1.3. Citra merek.....	18
2.1.4. Kesadaran merek.....	20
2.1.5. Persepsi kualitas.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Pengaruh Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis	27
2.3.1. Pengaruh Kesadaran merek terhadap Citra merek	27
2.3.2. Pengaruh Persepsi kualitas terhadap Citra merek	28
2.3.3. Pengaruh Citra merek terhadap Minat beli	29
2.3.4. Pengaruh Kesadaran merek terhadap Minat Beli.....	30
2.3.5. Pengaruh Persepsi kualitas terhadap Minat Beli	31
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32

BAB 3	BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1.	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	33
3.1.1.	Definisi Konseptual Variabel	33
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran	35
3.2.	Populasi dan Sampel	37
3.3.	Jenis Dan Sumber Data	39
3.4.	Metode Pengumpulan Data	39
3.5.	Skala Pengukuran Data	40
3.6.	Metode Analisis Data	40
3.6.1.	Confirmatory Factor Analysis.....	40
3.6.2.	Pengujian Model Struktural	41
3.6.3.	Pengujian Hipotesis.....	42
3.6.4.	Pengukuran Overall Fit	42
BAB 4	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1.	Karakteristik Responden	43
4.1.1.	Jenis Kelamin Responden	43
4.1.2.	Usia Responden.....	44
4.1.3.	Pekerjaan / Profesi.....	44
4.1.4.	Pendapatan per Bulan.....	45
4.2.	Analisis Kuantitatif.....	45
4.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.2.2.	Uji Normalitas	53
4.2.3.	Hasil Structural Equation Modelling	57
4.2.4.	Pengujian Hipotesis.....	58
4.2.5.	Koefisien Determinasi.....	60
4.2.6.	Pengujian <i>Fit</i> Model.....	60
4.2.7.	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung	61
4.3.	Pembahasan	63
4.3.1.	Pengaruh Kesadaran merek Terhadap Citra merek.....	63
4.3.2.	Pengaruh Persepsi kualitas Terhadap Citra merek.....	64
4.3.3.	Pengaruh Kesadaran merek Terhadap Minat beli	65
4.3.4.	Pengaruh Persepsi kualitas Terhadap Minat beli	66

4.3.5. Pengaruh Citra merek Terhadap Minat beli	67
BAB 5 BAB V PENUTUP	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.1.1. Kesimpulan Masalah Penelitian.....	69
5.1.2. Kesimpulan Hipotesis Penelitian	70
5.2. Implikasi Teoritis	70
5.3. Implikasi Manajerial.....	71
5.4. Keterbatasan Penelitian	72
5.5. Agenda Penelitian Yang akan Datang.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79

