

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Draf Tesis	ii
Serfifikasi	iii
Abstraksi	iv
<i>Abstract</i>	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Sikap terhadap Merek	11
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.3 Persepsi Kualitas.....	20
2.1.4 Kualitas Pesan Iklan	26
2.1.5 Minat Beli	30

2.2	Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek.....	33
2.2.2	Pengaruh Kualitas Pesan Iklan terhadap Citra Merek...	34
2.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Sikap terhadap Merek	35
2.2.4	Pengaruh Sikap terhadap Merek terhadap Minat Beli..	35
2.2.5	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli	36
2.2.6	Pengaruh Kualitas Pesan Iklan terhadap Minat Beli	37
2.3	Model Pemikiran Teoritis	38
2.4	Pengujian Variabel Indikator	39

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.1.1	Data Primer	40
3.1.2	Data Sekunder.....	40
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.3	Metode Pengumpulan Data	47
3.4	Analisis Uji Reliabilitas	48
3.5	Analisis Uji Validitas	49
3.6	Teknik Analisis	50

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Pendahuluan	65
4.2	Deskripsi Responden	66
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.2	Uji Beda t-test	68
4.3	Evaluasi atas Asumís-asumsi SEM	69

4.3.1	Evaluasi Outlier	70
4.3.1.1	Evaluasi Outlier Univariat	70
4.3.1.2	Evaluasi Outlier Multivariat	72
4.3.2	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas	73
4.4	Analisis Faktor Konfirmatori	74
4.5	Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	104
4.5.1	Uji Reliabilitas Konstruk	105
4.5.1	<i>Variance Extract</i>	106
4.6	Problem Identifikasi	108
4.7	Tahap Interpretasi dan Modifikasi Model	108
4.8	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	110
4.8.1	Uji Hipotesis I	111
4.8.2	Uji Hipotesis II	111
4.8.3	Uji Hipotesis III	112
4.8.4	Uji Hipotesis IV	112
4.8.5	Uji Hipotesis V	113
4.8.6	Uji Hipotesis VI	113

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1.	Ringkasan Penelitian	115
5.2.	Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian.....	117
5.2.1	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek.....	117
5.2.2	Pengaruh Kualitas Pesan Iklan terhadap Citra Merek....	118
5.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Sikap terhadap Merek..	119
5.2.4	Pengaruh Sikap terhadap Merek terhadap Minat Beli.....	119
5.2.5	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli.....	120

5.2.6	Pengaruh Kualitas Pesan Iklan terhadap Minat Beli.....	121
5.3.	Kesimpulan mengenai Masalah Penelitian	122
5.4.	Implikasi Teoritis	126
5.5.	Implikasi Manajerial	129
5.6.	Keterbatasan Penelitian	134
5.7.	Agenda Penelitian Mendatang.....	134
	Daftar Referensi	
	Lampiran	
	Daftar Riwayat Hidup	