

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	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