

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	15
1.3    Tujuan Penelitian.....	16
1.4    Sistematika Penulisan.....	17
BAB II.....	19
TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1    Landasan Teori .....	19
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	19
2.1.2    Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ).....	20
2.1.3    Minat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	23
2.1.4    Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	25
2.1.5    Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ).....	28
2.1.6    Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ).....	31
2.2    Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.2.1    Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	33
2.2.2    Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	34
2.2.3    Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	35
2.2.4    Pengaruh <i>Purchase Intention</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	36

2.2.5	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran .....	39
2.4	Hipotesis.....	39
BAB III	.....	41
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 .....	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3.1	Jenis Data .....	46
3.3.2	Sumber Data.....	46
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.3.4	Metode Analisis Data .....	48
BAB IV	.....	56
HASIL DAN ANALISIS	.....	56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	57
4.1.3	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.1.4	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.5	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.1.6	Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.1.7	Persebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	60
4.2	Analisis Data .....	61
4.2.1	Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	61
4.2.2	Hasil Analisis SEM .....	65
4.2.3	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	76
4.3	Interpretasi Hasil .....	78
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	78

4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	79
4.3.3	Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	80
4.3.4	Pengaruh <i>Purchase Intention</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	81
BAB V.....		83
PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Implikasi.....	85
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	85
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	86
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	88
5.4	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		94
LAMPIRAN A .....		94
LAMPIRAN B .....		100
LAMPIRAN C .....		107