

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Tesis .....	ii
Sertifikat.....	iii
Abstraksi .....	iv
Abstract .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Daftar Rumus .....	xvi
Bab I : Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian .....	19
1.5 Asumsi-asumsi.....	19
Bab II : Telaah Pustaka dan Pengembangan Model.....	21
2.1 Telaah Pustaka .....	21
2.1.1 <i>Brand Resonance</i> .....	21

2.1.2	<i>Brand Feeling</i> .....	27
2.1.3	<i>Perceived Quality</i> .....	31
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	34
2.1.5	<i>Brand Salience</i> .....	37
2.2	Model Penelitian dan Hipotesis.....	41
2.2.1	<i>Brand Salience</i> dan <i>Brand Resonance</i> .....	41
2.2.2	<i>Brand Salience</i> dan Keputusan Pembelian.....	42
2.2.3	Keputusan Pembelian dan <i>Brand Feeling</i> .....	45
2.2.4	<i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Feeling</i> .....	47
2.2.5	<i>Brand Feeling</i> dan <i>Brand Resonance</i> .....	49
2.2.6	Hipotesis.....	50
2.2.7	Pengembangan Model Penelitian.....	51
2.3	Dimensionalisasi Variabel.....	51
2.3.1	Variabel <i>Brand Salience</i> .....	52
2.3.2	Variabel Keputusan Pembelian.....	54
2.3.3	Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	56
2.3.4	Variabel <i>Brand Feeling</i> .....	57
2.3.5	Variabel <i>Brand Resonance</i> .....	59
Bab III	: Metode Penelitian.....	62
3.1	Metode Pengumpulan Data.....	62
3.1.1	Jenis Data.....	62
3.1.2	Populasi dan Sampel.....	64

3.1.3 Metode Pengumpulan Data .....	65
3.1.4 Uji Validitas .....	66
3.1.5 Uji Realibilitas .....	66
3.2 Metode Analisis Data .....	67
Bab IV Analisis Data dan Pengujian Hipótesis .....	78
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	79
4.2 Deskripsi Responden.....	80
4.2.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.2 Responden berdasarkan Usia .....	82
4.2.3 Responden berdasarkan Pendapatan .....	83
4.2.4 Responden berdasarkan Pekerjaan .....	84
4.2.5 Responden berdasarkan Pendidikan.....	84
4.3 Analisis Deskriptif .....	85
4.3.1 <i>Brand Salience</i> .....	87
4.3.2 Keputusan Pembelian.....	89
4.3.3 <i>Perceived Quality</i> .....	91
4.3.4 <i>Brand Feeling</i> .....	93
4.3.5 <i>Brand Resonance</i> .....	96
4.4 Proses dan Hasil Analisis Data dan Pengujian Model .....	97
4.4.1 Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	98
4.4.2 Langkah 2: Menyusun Diagram Alur ( <i>Path Diagram</i> ).....	98
4.4.3 Langkah 3: Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan.....	98
4.4.4 Langkah 4: Memilih Matrik Input dan Teknik Estimasi .....	98

4.4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen .....	101
4.4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....	105
4.4.4.3 Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	110
4.3.5 Langkah 5: Menilai Problem Identifikasi.....	118
4.3.6 Langkah 6: Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	118
4.3.6.1 Uji Normalitas Data .....	119
4.3.6.2 Evaluasi <i>Univariate outlier</i> .....	120
4.3.6.3 Evaluasi <i>Multivariate outlier</i> .....	122
4.3.6.4 Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas .....	123
4.3.6.5 Uji Kesesuaian dan Uji Statistik.....	123
4.3.6.6 Uji <i>Realibility</i> dan <i>Variance Extract</i> .....	124
4.3.7 Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model.....	127
4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	128
4.4.1 Uji Hipotesis I .....	129
4.4.2 Uji Hipotesis II .....	130
4.4.3 Uji Hipotesis III .....	130
4.4.4 Uji Hipotesis IV .....	131
4.4.5 Uji Hipotesis V .....	131
Bab V Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan.....	133
5.1 Ringkasan Penelitian.....	133
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian .....	136
5.2.1 Pengaruh <i>Brand Salience</i> terhadap <i>Brand Resonance</i> .....	136
5.2.2 Pengaruh <i>Brand Salience</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	137

5.2.3 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap <i>Brand Feeling</i> .....	138
5.2.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Brand Feeling</i> .....	139
5.2.5 Pengaruh <i>Brand Feeling</i> Terhadap <i>Brand Resonance</i> .....	140
5.3 Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian .....	140
5.4 Implikasi Teoritis .....	145
5.5 Implikasi Manajerial .....	150
5.6 Keterbatasan Penelitian .....	158
5.7 Agenda Penelitian Mendatang .....	159
Daftar Pustaka .....	160
Lampiran	