

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Self-congruity Theory</i>	14
2.2 Variabel Penelitian	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
3.1.1 Variabel Penelitian.....	30
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.2 Populasi and Sampel	31
3.2.1 Populasi	31

3.2.2 Sampel	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	32
3.3.2 Kuesioner	32
3.3.3 Observasi	33
3.3.4 Studi Kepustakaan	34
3.4 Metode Analisis.....	34
3.4.1 Mengembangkan Model Berbasis Teori.....	34
3.4.2 Mengembangkan Diagram Alur serta Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	35
3.4.3 Memilih Matriks Input Data Estimasi Model.....	35
3.4.4 Analisis Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi Model	36
3.4.5 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i>	36
3.4.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	40
BAB IV	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	41
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	41
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	47
4.2 Analisis SEM.....	57
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	58
4.2.2 Uji Struktural	62
4.2.3 Pengujian Hipotesis	78
4.2.4 Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect	80
4.3 Interpretasi Hasil	82
4.3.1 Pengaruh Aktivitas CSR terhadap Citra Brand	82
4.3.2 Pengaruh Citra Brand terhadap Niat Beli Konsumen.....	82
4.3.3 Pengaruh Citra Brand terhadap <i>Electronic Word-of-mouth</i>	83
4.3.4 Pengaruh <i>Electronic Word-of-mouth</i> terhadap Niat Beli Konsumen ...	83
BAB V	85
5.1 Ringkasan Penelitian	85
5.2 Kesimpulan atas diterimanya Hipotesis	86

5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	88
5.4 Implikasi Teoritis	90
5.5 Implikasi Manajerial	91
5.6 Keterbatasan	95
5.7 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	105
LAMPIRAN A	106
LAMPIRAN B	113
LAMPIRAN C	119