

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	I
HALAMAN PERNYATAAN	II
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK.....	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Target Pasar	2
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 <i>Marketing</i>	11
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	12
2.1.4 <i>Promotion Mix</i>	14
2.1.5 <i>Consumer Behaviour</i>	16
2.1.6 <i>Perceived Quality</i>	17
2.1.7 <i>Brand Knowledge</i>	18
2.1.8 <i>Purchase Intention</i>	21
2.2 Hubungan antar Variabel	22
2.2.1 Hubungan <i>Perceived quality</i> dengan <i>Brand knowledge</i>	22

2.2.2	Hubungan <i>Perceived quality</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	22
2.2.3	Hubungan <i>Brand knowledge</i> dan <i>Purchase Intention</i> Konsumen	22
2.3	Penelitian Terdahulu	29
2.4	Kerangka Pemikiran.....	34
2.5	Hipotesis Penelitian.....	38
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1	Variabel Penelitian.....	39
3.2.2	Operasional Variabel	40
3.2.3	Skala Pengukuran.....	43
3.3	Tahapan Penelitian	43
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1	Data Primer	46
3.5.2	Data Sekunder.....	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1	Analisis Deskriptif	46
3.6.2	Method Successive Interval (MSI)	48
3.7	Analisis Data	49
3.8	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	49
3.8.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	50
3.8.2	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
3.8.3	Model Analisis Persamaan Struktural.....	54
3.9	Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2	Hasil Penelitian	60

4.2.1	Analisis Deskriptif	60
4.3	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	76
4.4	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	77
4.4.1	Convergent Validity	77
4.4.2	Discriminant Validity.....	77
4.4.3	Uji Reliabilitas	79
4.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	79
4.5.1	Evaluasi Hasil Pengukuran Struktural	81
4.6	Uji Hipotesis.....	81
4.7	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	91
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	91
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		