

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Mills	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Brand (Merek).....	11
2.1.2 Duta merek	13
2.1.3 Citra merek.....	16
2.1.4 Minat Beli.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28

2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Operasi Variabel dan Skala Pengukuran	31
3.2.1 Variabel Operasional.....	31
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data yang diperlukan	39
3.4.2 Data Primer	39
3.4.3 Data Sekunder	39
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	39
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	41
3.6 Teknis Analisis Data.....	41
3.6.1 Analisis Deskriptif	41
3.6.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	43
3.6.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	43
3.6.4 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	44
3.6.5 Pengukuran Struktural (Inner Model).....	45
3.7 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Pengumpulan Data	47
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Usia	48
4.2.3 Pendidikan Terakhir	49
4.2.4 Pekerjaan	50

4.2.5 Pendapat	50
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Analisis Deskriptif	51
4.3.2 Analisis PLS SEM	63
4.3.2.1 Analisis Outer Model	63
4.3.2.2 Analisis <i>Inner Model</i>	67
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	74
5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81