

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Batasan Masalah.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek).....	15
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	16

2.1.4 <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 Perilaku Konsumen	19
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel	21
2.2.1 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2.4 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Image</i>	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran	33
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel	36
3.2.1 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Tahap Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel.....	43
3.5 Pengumpulan Data	45
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	46
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Realibilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	50

3.7.2 Analisis Uji Simultan (Uji F)	52
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Model Penelitian	67
4.2.2 Uji Outer Model	68
4.2.3 Uji Inner Model.....	74
4.2.4 Uji Hipotesis	76
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	81
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Image</i>	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	93