

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Pemasaran	15
2.1.3 Brand.....	16
2.1.4 Rebranding.....	16
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.6 <i>Brand Image</i>	20
2.1.7 <i>Brand Trust</i>	21
2.1.8 <i>Store Image</i>	22
2.1.9 Purchase Intention.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1 Hubungan Antara <i>Store Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	24

2.2.2 Hubungan Antara Brand Awareness Terhadap Purchase Intention.....	24
2.2.3 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	24
2.2.4 Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran	39
2.5 Hipotesis Penelitian	40
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	41
2.6.1 Variabel Penelitian.....	41
2.6.2 Objek Penelitian.....	41
2.6.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2.1 Variabel Operasional	42
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Uji Asumsi Klasik	56
3.7.1 Uji Normalitas.....	56
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	57
3.8 Teknik Analisis Data	58
3.8.1 Analisis Deskriptif	58
3.8.2 Regresi Linear Berganda	59
3.9 Uji Hipotesis.....	60
3.9.1 Uji t	60
3.9.1 Uji F	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Analisis	64
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.3 Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 Analisis Deskriptif	69
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	86
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	89
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	90
4.5 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	92
4.6 Koefisien Determinasi	94
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	95
4.7.1 Hasil Uji t.....	95
4.7.2 Hasil Uji F.....	96
4.8 Hasil Pembahasan.....	97
4.8.1 Pengaruh Store Image terhadap Purchase Intention	99
4.8.2 Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention	100
4.8.3 Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention	100
4.8.4 Pengaruh Brand Trust terhadap Purchase Intention	100
4.8.5 Pengaruh Store Image, Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Purchase Intention.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran untuk Praktisi	103
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109