

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Kajian Teori .....	7
2.1.1 <i>Product Quality</i> .....	7
2.1.2 <i>Sales Promotion</i> .....	8
2.1.3 <i>Purchase Intention</i> .....	9
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	10
2.2 Penelitian Terdahulu .....	11
2.3 Kerangka Berpikir .....	19
2.4 Hipotesis .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
3.1 Jenis Penelitian .....	20
3.2 Objek Penelitian .....	20
3.3 Populasi dan Sampel .....	21
3.3.1 Populasi Penelitian .....	21
3.3.2 Sampel Penelitian .....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	22

3.4.1	Sumber Data .....	22
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	22
3.6	Definisi Operasional.....	23
3.6.1	Variabel Bebas .....	23
3.6.2	Variabel Terikat .....	23
3.6.3	Variabel Mediasi.....	24
3.7	Teknik Analisis Data .....	25
3.7.1	Skala Pengukuran Data.....	25
3.7.2	Analisis Deskriptif .....	25
3.8	Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	25
3.8.1	Uji Validitas ( <i>Convergent Validity &amp; Discriminant Validity</i> ).....	25
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	26
3.9	Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	26
3.9.1	Uji <i>Coefficient Of Determination (R<sup>2</sup>)</i> .....	26
3.9.2	Uji <i>Effect Size (F<sup>2</sup>)</i> .....	26
3.9.3	Uji <i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....	26
3.10	Pengujian Hipotesis .....	27
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN .....		28
4.1	Gambaran Umum Responden .....	28
4.2	Analisis Deskriptif Variabel .....	29
4.3	Hasil Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	34
4.3.1	Hasil Uji Validitas ( <i>Convergent Validity &amp; Discriminant Validity</i> )..	34
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.3.3	Hasil Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	38
4.3.4	Pengujian Hipotesis .....	41
4.4	Pembahasan .....	43
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	43
4.4.2	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	44
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	46
4.5	Implikasi .....	47
4.5.1	Implikasi Teoritis .....	47
4.5.2	Implikasi Praktis .....	48

BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.1 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	61

