

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 Minat Beli .....	9
2.1.3 Citra Merek .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13

2.2	Kerangka Berpikir .....	18
2.3	Hipotesis .....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Jenis Penelitian .....	22
3.2	Objek Penelitian .....	22
3.4	Populasi dan Sampel .....	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.6	Definisi Operasional.....	25
3.7	Instrumen Penelitian.....	26
3.8	Teknik Analisis Data .....	26
3.9	Uji <i>Measurement Model</i> (Outer Model).....	28
3.10	Uji <i>Structural Model</i> ( <i>Inner Model</i> ) .....	29
3.11	Pengujian Hipotesis .....	29
BAB IV .....		30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	30
4.2.	Karakteristik Responden .....	30
4.3	Statistik Deskriptif.....	33
4.3.	Uji <i>Measurement Model</i> (Outer Model).....	35
4.3.1.	Uji Validitas.....	36
4.3.2.	Uji Reabilitas .....	38
4.4.	Uji <i>Structural Model</i> (Inner Model) .....	39
4.4.1.	Uji <i>R-Square</i> .....	39
4.4.2.	Uji <i>F-Square</i> .....	39
4.4.3.	Uji <i>Q-Square</i> .....	40
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	40

4.6. Pembahasan .....	42
4.7. Implikasi .....	44
4.7.1. Implikasi Teoritis .....	44
4.7.2. Implikasi Praktis .....	45
BAB V.....	46
PENUTUP.....	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	54

