

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TUJUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek.....	9
2.1.2 Kepercayaan.....	11
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Kerangka Berpikir.....	21
2.3 Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Waktu dan lokasi penelitian.....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Definisi Operasional.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.8 Uji Measurement model (outer model).....	33
3.9 Uji Structural Model (Inner Model).....	34
3.10 Uji Normalitas.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	36
4.3 Statistik Deskriptif.....	40
4.4 Analisis Outer Model (Measurment Model).....	44
4.4.1 Uji Validitas.....	44
4.4.2 Uji Reabilitas.....	47
4.5 Analisis Inner Model (Measurment Model).....	49
4.6 Uji Hipotesis.....	52

4.7	Pembahasan.....	55
4.8	Implikasi .....	63
	4.8.1 Implikasi Teoritis.....	63
	4.8.2 Implikasi Praktis.....	64
BAB V PENUTUP.....		66
	5.1 Kesimpulan.....	66
	5.2 Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....		68

