

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.4.1 Secara Teoritis	9
1.4.2 Secara Praktis	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Jadwal Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	16
2.1.4 Sikap Terhadap Merek	19
2.1.5 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kerangka Pemikiran	26
2.3 Hipotesis	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29

3.2 Metodologi Penelitian.....	29
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.3 Model Penelitian.....	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	35
3.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori.....	36
3.4.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	37
3.4.3 Konversi Path ke Dalam Perasaan	38
3.4.4 Memilih Matriks Input dan Estimasi Model	39
3.4.5 Kemungkinan Muncul Permasalahan Dalam Identifikasi	40
3.4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.4.7 Evaluasi Asumsi SEM	41
3.4.8 Evaluasi Kinerja <i>Goodnes-of-fit</i>	42
3.4.9 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> dan Sobel Sebagai Pengujian Hipotesis.....	44
3.4.10 Interpretasi dan modifikasi model	45
BAB IV.....	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	47
4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	50
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.1.4 Evaluasi Atas Asumsi SEM	58
4.1.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	50
4.1.6 Evaluasi Kinerja <i>Goodness of fit</i>	61
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	63
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh Citra merek terhadap Sikap terhadap merek	67
4.2.2 Pengaruh Citra merek terhadap Kepercayaan konsumen	69
4.2.3 Pengaruh Sikap terhadap merek terhadap Minat beli	72
4.2.4 Pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap Minat beli	74
4.2.5 Sikap terhadap merek dapat memediasi hubungan antara Citra merek terhadap Minat beli	77

4.2.6 Kepercayaan konsumen dapat memediasi hubungan antara Citra merek terhadap Minat beli	79
BAB V	83
SIMPULAN & SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Operasionalisasi Variabel	30
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	36
3.3	Model Persamaan Struktural	39
3.4	Model Pengukuran	39
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	44
4.1	Hasil Variabel Eksogen.....	52
4.2	Hasil Variabel Endogen	55
4.3	Hasil Uji Validitas.....	55
4.4	Hasil Uji Normalitas	58
4.5	Indeks pengujian kelayakan model	62
4.6	Evaluasi atas <i>regression weight</i>	63
4.7	Uji Sobel.....	66

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	<i>Top Brand Index</i> Kategori teh dalam kemasan.....	2
3.1	<i>Interval Scaled</i>	35
3.2	Model Penelitian	36
3.3	Path Diagram Penelitian.....	39
4.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	48
4.3	Karakteristik responden berdasarkan Wilayah.....	49
4.4	Variabel Eksogen	51
4.5	Variabel Endogen.....	53
4,6	Hasil Uji <i>goodness of fit index</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Jadwal Kegiatan Penelitian	92
2	Kuesioner Penelitian	93