

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 PERMASALAHAN	1
1.1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.2 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.2.1 Tujuan Penelitian	10
1.2.2 Manfaat Penelitian	10
1.3 Kerangka Penulisan.....	10
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Citra Merek	12
2.1.2 Keterlibatan Produk	16
2.1.3 Kesadaran Merek	19
2.1.4 Niat Beli.....	23
2.2 Kerangka Berpikir	26
2.2.1 Kaitan antara Citra Merek terhadap Niat beli.....	26
2.2.2 Kaitan antara Keterlibatan Produk terhadap Niat beli	28
2.2.3 Kaitan antara Kesadaran Merek terhadap Niat beli	30
2.3 Hipotesis Penelitian.....	34

BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	DESAIN PENELITIAN	35
3.2	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Teknik Pemilihan Sampel.....	36
3.2.3	Ukuran Sampel	36
3.2.4	Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.3	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	36
3.3.1	Citra Merek	37
3.3.2	Keterlibatan Produk	38
3.3.3	Kesadaran Merek	39
3.3.4	Niat Beli	39
3.4	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	40
3.4.1	Validitas	40
3.4.2	Reliabilitas	41
3.5	ANALISIS DATA.....	44
3.5.1	Multikolinearitas	44
3.5.2	Koefisien Determinasi	44
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1	DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	46
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	49
4.3.1	Citra Merek	50
4.3.2	Keterlibatan Produk	50
4.3.3	Kesadaran Merek	51
4.3.4	Niat Beli	52
4.4	HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	53

4.4.1	Validitas	53
4.4.2	Realibilitas	54
4.5	HASIL ANALISIS DATA.....	55
4.5.1	Hasil Analisis Multikolinieritas	55
4.5.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.6	HASIL UJI HIPOTESIS	56
4.6.1	Uji Hipotesis Pertama	57
4.6.2	Uji Hipotesis Kedua.....	57
4.6.3	Uji Hipotesis Ketiga.....	58
4.7	PEMBAHASAN	59
BAB V	PENUTUP	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Keterbatasan dan Saran	63
5.2.1	Keterbatasan.....	63
5.2.2	Saran	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN.....	69
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Keterlibatan Produk.....	38
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kesadaran Merek.....	39
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Niat Beli	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	49
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Citra Merek	50
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Keterlibatan Produk	51
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kesadaran Merek	52
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Niat Beli	52
Tabel 4.10	Hasil Analisis Validitas Konvergen	53
Tabel 4.11	Hasil Analisis Validitas Diskriminan	54
Tabel 4.12	Hasil Analisis Reliabilitas Indikator.....	54
Tabel 4.13	Hasil Analisis Konsistensi Internal.....	55
Tabel 4.14	Hasil Analisis Multikolinieritas	55
Tabel 4.15	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.16	Hasil Analisis Predictive Relevance	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis Pertama	57
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis Kedua	57
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis Ketiga.....	58
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Kedua	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan Air Mineral di Indonesia	3
Gambar 1.2	Grafik Top Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan Januari 2020	4
Gambar 1.3	Grafik Volume, Omset dan Pangsa Pasar <i>Crystalline</i> Tahun 2017 – 2019	8
Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness	20
Gambar 2.2	Kaitan antara Citra Merek terhadap Niat Beli	28
Gambar 2.3	Kaitan antara Keterlibatan Produk terhadap Niat Beli	30
Gambar 2.4	Keterlibatan antara Kesadaran Merek terhadap Niat Beli	30
Gambar 2.5	Model Penelitian	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner	69
Lampiran 2.	Tanggapan Responden	72
Lampiran 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Lampiran 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Lampiran 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	85
Lampiran 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
Lampiran 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	86
Lampiran 8.	Hasil Analisis Composite Reliability dan Average Variance Extracted.....	86
Lampiran 9.	Hasil Analisis Heterotrait-Monotrait Ratio	87
Lampiran 10.	Hasil Loading Factor	87
Lampiran 11.	Hasil Analisis Multikolinieritas.....	87
Lampiran 12.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	87
Lampiran 13.	Hasil Analisis Predictive Relevance	88
Lampiran 14.	Hasil Analisis Hipotesis	88