

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Brand</i> (Merek)	12
2.1.2 <i>Brand Prestige</i>	14
2.1.3 <i>Brand Credibility</i>	17
2.1.4 <i>Brand Knowledge</i>	18
2.2 <i>Purchase Intention</i>	19
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Penelitian	25
	vi

2.4.1 Gambar Kerangka Penelitian	25
2.5 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Periode Penelitian	27
3.1.1 Jenis Penelitian	27
3.1.2 Periode Penelitian	27
3.2 Sumber dan Pengumpulan Data	28
3.2.1 Sumber Data	28
3.2.2 Pengumpulan Data	29
3.3 Identifikasi Variabel	30
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Metode Analisis Data	34
3.7 Statistik Deskriptif	35
3.8 Uji Instrumen Penelitian	35
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas	36
3.8.3 Uji Normalitas	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.1 Uji Multikolinieritas	38
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas	39
3.9.3 Uji Autokorelasi	40
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.9.5 Koefisien Korelasi (R)	41
3.9.6 Analisis Regresi Berganda	42

3.9.7 Uji F	43
3.9.8 Uji T	44
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN	45
4.1 Gambaran Umum Sampel (Obyek Penelitian)	45
4.1.1 Deskriptif Analisis Responden.....	45
4.2 Uji Validitas	49
4.2.1 Uji Validitas <i>Brand Prestige</i>	49
4.2.2 Uji Validitas <i>Brand Credibility</i>	49
4.2.3 Uji Validitas <i>Brand Knowledge</i>	50
4.2.4 Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	50
4.3 Uji Reliabilitas	51
4.4 Uji Normalitas Data	51
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1 Uji Multikolinearitas	52
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	52
4.6 Uji Autokorelasi	53
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	53
4.8 Koefisien Korelasi (R)	54
4.9 Analisis Regresi Berganda	54
4.9.1 Persamaan Regresi Linear Sederhana	54
4.9.2 Uji Goodness of Fit dari Uji F (ANOVA)	55
4.9.3 Uji T	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Pengguna Sepatu Roda pada Komunitas di Jakarta.....	3
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey.....	4
Tabel. 3.1	Pengukuran Skala Likert	31
Tabel. 3.2	Variabel dan Pengukuran	32
Tabel 3.3	Acuan autokorelasi <i>Durbin-Watson</i>	40
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi – Lanjutan	42
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas <i>Brand Prestige</i>	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas <i>Brand Credibility</i>	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Brand Knowledge</i>	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.11	Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 4.12	Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	50
Tabel 4.14	Persamaan Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4.15	Uji F.....	52
Tabel 4.16	Uji T	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengguna Sepatu Roda pada Komunitas di Jakarta.....	3
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey	4
Gambar 4.1 Jumlah Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.2 Jumlah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.3 Jumlah Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Gambar 4.4 Jumlah Berdasarkan Pendapatan.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Questioner</i> dan Instrumen Penelitian	66
Lampiran 2 Tabulasi data	72
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
Lampiran 4 Uji Regresi, Normalitas dan Reliabilitas.....	84
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik dan Uji T.....	86