

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	18
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat Penelitian	18
1.5. Sistematika Penulisan	19
BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1. Tinjauan Pustaka	21
2.1.1. Skin Care	21
2.1.2. Intention.....	22
2.1.3. Brand Awareness	22
2.1.4. Brand Association.....	24
2.1.5. Perceived Quality	25
2.1.6. Purchase Intention.....	27
2.2. Penelitian terdahulu.....	28
2.2.1. Keterkaitan antara Brand Awareness dengan Purchase Intention	33

2.2.2. Keterkaitan antara Brand Association dengan Purchase Intention	34
2.2.3. Keterkaitan antara Brand Association terhadap Perceived Quality	34
2.2.4. Keterkaitan antara Perceived Quality terhadap Purchase Intention	35
2.2.5. Keterkaitan antara Brand Awareness terhadap Perceived Quality	35
2.3. Kerangka Penelitian	36
2.4. Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Rancangan Penelitian	37
3.2. Objek Penelitian dan Kriteria Responden	38
3.3. Indikasi Variabel	39
3.4. Devinisi Operasional dan Variabel Pengukurannya.....	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.7. Metode Analisa Data.....	44
3.7.1. Structural Model	44
3.7.2. Langkah-Langkah Analisis Dengan Metode Partial Least Square (PLS)...	45
3.7.3. Merancang model pengukuran (Outer Model).....	45
3.7.4. Merancang Model Struktural (Inner Model).....	47
3.7.5 Konstruksi Diagram Jalur.....	48
BAB IV ANALISIS DAN TEMUAN	50
4.1. Karakteristik Responden	50
4.2. Evaluasi <i>Outer Model</i> (Measurement model)	51
4.2.1. Uji Reliabilitas dengan Cronbach Alpha dan Composite Reliability	52
4.2.2. Convergent Validity	54
4.2.3. Discriminant Validity.....	56

4.3. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	57
4.3.1. R. Square Test	58
4.3.2. Predictive Relevance Test (q2)	59
4.3.3. Uji T-Statistic.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Keterbatasan.....	64
5.3. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Industri Besar Sedang menurut Subsektor.....	4
Tabel 1.2 Perkembangan Beberapa Agregat Pendapatan per Kapita atas Harga.....	7
Tabel 1.3 Jumlah Pengeluaran Masyarakat Perkotaan 2016-2019	9
Tabel 2.1 Penelitian relevan... ..	29
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Pengukuran.....	41
Tabel 4.1 Intensitas Pembelian Responden	51
Tabel 4.2 Composite Reliability dan Convergent Validity.....	53
Tabel 4.3 Result Composite Reliability.....	54
Tabel 4.4 Outer Loading.....	55
Tabel 4.5 Average Variance Extracted.....	55
Tabel 4.6 Cross Loading.....	56
Tabel 4.7 Root AVE.....	57
Tabel 4.8 R Square Test	58
Tabel 4.9 Predictive Relevance Model.....	59
Tabel 4.10 Path Coefficient	60
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Penduduk Indonesia	2
Gambar 2.1 Tingkat <i>Brand Awareness</i>	24
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Langkah-langkah Metode PLS	45
Gambar 3.2 Kontruksi Responden	49
Gambar 4.1 Karakteristik Responden.....	50
Gambar 4.2 Output Hasil Analisis Model Struktural Penelitian	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Konstruksi Diagram Jalur	71
Lampiran 2: Outer Loading	71
Lampiran 3: Construct Reliability and Validity	72
Lampiran 4: R Square.....	73
Lampiran 5: Path Coefficients	73
Lampiran 6: Construct Crossvalidated Redudancy	74