

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	9
I.3. Tujuan, Ruang Lingkup dan Manfaat Penelitian	9
I.4. Kerangka Penulisan	11
BAB II	13
TELAAH KEPUSTAKAAN	13
II.1. Landasan Teori	13
II.1.1 Gambaran Teori Umum	13
II.1.2 Definisi Konseptual Variabel	19
II.1.3 Kaitan Antar Variabel	23
II.2. Penelitian Terdahulu	25
II.3. Kerangka Pemikiran	38
II.4. Hipotesis Penelitian	39
BAB III	41
METODOLOGI PENELITIAN	41
III.1 Jenis dan Periode Penelitian	41
III.2 Sumber dan Pengumpulan Data	41
III.3 Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	42
III.4 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	43
III.5 Analisis Validitas dan Reliabilitas	48
1. Analisis Validitas	49
2. Analisis Reliabilitas	52
III.6 Teknik Analisis Data	52

III.7	Asumsi Analisis Data.....	57
BAB IV	58
ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN.....		58
A.	DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN.....	58
B.	DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	60
C.	HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA.....	62
D.	HASIL ANALISIS DATA.....	63
1.	Hasil Pengujian Model Struktural.....	63
2.	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	66
3.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	67
E.	PEMBAHASAN.....	68
1.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	69
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	69
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....		71
A.	KESIMPULAN.....	71
B.	SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Sekolah Menengah tahun 2014-2020	2
Gambar 1.2 Jumlah lulusan sekolah menengah nasional tahun 2014-2020	3
Gambar 1.3 Jumlah lulusan sekolah menengah jabodetabek tahun 2014-2020	4
Gambar 1.4 Jumlah mahasiswa baru program sarjana Universitas Tarumanagara tahun 2014-2020	8
Gambar 2.1 Tahapan Purchase Decision	19
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Inner Model	59
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Bootstrapping	60

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah mahasiswa baru program sarjana Universitas Tarumanagara dari Jabodetabek tahun 2014-2020	9
Tabel 2.1	Tabel Literature Review	28
Tabel 3.1	Skala Likert	40
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3.3	Hasil analisis Average Variance Extracted (AVE)	44
Tabel 3.4	Hasil analisis Loading Factors	45
Tabel 3.5	Hasil analisis Cross-Loadings	46
Tabel 3.6	Hasil analisis reliabilitas	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Angkatan	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	54
Tabel 4.5	Tanggapan Responden atas Pernyataan Promotion	55
Tabel 4.6	Tanggapan Responden atas Pernyataan Brand Image	56
Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas Pernyataan Purchase Decision	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Bootstrapping	60
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Effect Size (f^2)	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	74
Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner	78
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	85