

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Ruang Lingkup.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Manfaat dan Tujuan Penelitian	9
F. Kerangka Penulisan	11
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Brand Image</i>	13

2.	<i>Brand Awareness</i>	14
3.	<i>Brand Trust</i>	14
4.	<i>Purchase Intention</i>	15
B.	Kaitan Antar Variabel	16
1.	Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>purchase intention</i>	16
2.	Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap <i>purchase intention</i>	17
3.	Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap <i>purchase intention</i>	17
C.	Penelitian Terdahulu	18
D.	Kerangka Pemikiran	26
E.	Hipotesis Penelitian	27
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
A.	Jenis dan Periode Penelitian	28
B.	Sumber dan Pengumpulan Data	28
C.	Populasi dan Sampel	29
D.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	30
1.	<i>Brand Image</i>	30
2.	<i>Brand Awareness</i>	30
3.	<i>Brand Trust</i>	31
4.	<i>Purchase Intention</i>	32
E.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	32
F.	Teknik Analisis Data	34
1.	Analisa <i>Outer Model</i>	34
2.	Analisa <i>Inner Model</i>	34

3. Pengujian Hipotesis Penelitian	36
BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
A. Profil Responden.....	37
B. Deskripsi Objek Penelitian	41
1. <i>Brand Image</i>	41
2. <i>Brand Awareness</i>	42
3. <i>Brand Trust</i>	43
4. <i>Purchase Intention</i>	44
C. Hasil Analisis Data	45
1. Analisis <i>Outer Model</i>	45
2. Analisis <i>Inner Model</i>	50
3. Pengujian Hipotesis	54
D. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. KESIMPULAN	63
B. IMPLIKASI MANAJERIAL	63
C. SARAN UNTUK PENELITI BERIKUTNYA.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Metode <i>Blindfolding</i>	51
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Metode <i>PLS Algorithm</i>	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Metode <i>Bootstrapping</i>	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i>	30
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Awareness</i>	31
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Trust</i>	31
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Purchase Intention</i>	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Perawatan Diri dan Kecantikan dalam Satu Bulan	40
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Estimasi Nominal Pengeluaran untuk Pembelian Produk Perawatan Diri dan Kecantikan dalam Satu Bulan.....	41
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Brand Awareness</i>	42
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Brand Trust</i>	43
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Purchase Intention</i>	44
Tabel 4.12 Hasil Analisis Validitas dengan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	46
Tabel 4.13 Hasil Analisis Validitas dengan <i>Loading Factor</i>	47
Tabel 4.14 Hasil Analisis Validitas Diskriminan dengan <i>Fornell-Larcker</i>	47
Tabel 4.15 Hasil Analisis Validitas Diskriminandengan <i>Cross Loading</i>	48

Tabel 4.16 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> atau <i>Cross-Validated Redundancy</i> (Q^2).....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> (GoF).....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	53
Tabel 4.21 Nilai Effect Size (f^2) terhadap <i>Purchase Intention</i>	54
Tabel 4.22 Uji t atau Uji Signifikansi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Tabel Profil Responden	73
Lampiran 3 Tabel Jawaban Responden.....	75
Lampiran 4 Tabel Hasil Olah Data	77
Lampiran 5 Gambar Hasil Olah Data.....	80