

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TESIS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Ruang Lingkup.....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
F. Kerangka Penulisan.....	9
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN .....	11
A. Teori Dasar.....	11
B. Definisi Variabel.....	13
1. <i>Brand Image</i> .....	13
2. <i>Brand Awareness</i> .....	14
3. <i>Perceived Quality</i> .....	14
4. <i>Purchase Intention</i> .....	15
C. Kaitan Antar Variabel .....	16
1. Kaitan Antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	16

2.	Kaitan Antara <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	17
3.	Kaitan Antara <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	18
D.	Penelitian Terdahulu .....	20
E.	Kerangka Pemikiran.....	29
F.	Hipotesis Penelitian .....	30
1.	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	30
2.	<i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	31
3.	<i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		34
A.	Jenis dan Periode Penelitian.....	34
B.	Sumber dan Pengumpulan Data.....	34
C.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
D.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	36
E.	Teknik Analisis Data.....	39
1.	<i>Outer Model Analysis</i> .....	39
2.	<i>Inner Model Analysis</i> .....	40
3.	Pengujian Hipotesis .....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		45
A.	Karakteristik Responden.....	45
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Konfirmasi Pembelian Produk .....	47
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
1.	<i>Brand Image</i> .....	48
2.	<i>Brand Awareness</i> .....	49
3.	<i>Perceived Quality</i> .....	50
4.	<i>Purchase Intention</i> .....	52
C.	Hasil Analisis Data .....	53
1.	Hasil Analisis <i>Outer Model</i> .....	53

2. Hasil Analisis <i>Inner Model</i> .....	57
3. Hasil Pengujian Hipotesis .....	59
D. Pembahasan.....	62
1. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>purchase intention</i> produk <i>bone conduction headset “Brand Shokz”</i> di Jakarta.....	62
2. Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap <i>purchase intention</i> produk <i>bone conduction headset “Brand Shokz”</i> di Jakarta.....	64
3. Pengaruh <i>perceived quality</i> terhadap <i>purchase intention</i> produk <i>bone conduction headset “Brand Shokz”</i> di Jakarta.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	66
A. Kesimpulan .....	66
B. Keterbatasan dan Saran.....	66
1. Keterbatasan.....	66
2. Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	69