

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Ruang Lingkup	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
F. Kerangka Penulisan	7
BAB II	8
TELAAH KEPUSTAKAAN.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Teori Belajar Behaviorisme.....	8
2. <i>Brand Image</i>	9
3. <i>Perceived Price</i>	9
4. <i>Brand Awareness</i>	10
5. <i>Purchase Intention</i>	10
B. Kaitan Antar Variabel	11
1. Kaitan <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Intention</i>	11
2. Kaitan <i>Perceived Price</i> dan <i>Purchase Intention</i>	12
3. Kaitan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	12
C. Penelitian Terdahulu.....	13

D. Kerangka Pemikiran	17
E. Hipotesis Penelitian	18
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Jenis dan Periode Penelitian	19
B. Sumber dan Pengumpulan Data	19
C. Populasi dan Sampel Penelitian	19
D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	20
1. <i>Purchase Intention</i>	20
2. <i>Brand Image</i>	21
3. <i>Perceived Price</i>	21
4. <i>Brand Awareness</i>	22
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	22
1. Uji Validitas	22
2. Uji Reliabilitas	23
F. Teknik Analisis Data	23
1. Analisis <i>Outer Model</i>	23
2. Analisis <i>Inner Model</i>	24
a. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	24
b. <i>Effect Size</i> (f^2)	24
c. <i>Goodness-of-Fit</i> (GoF)	24
d. <i>Path Coefficient</i>	25
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	25
BAB IV	26
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
A. Profil Responden	26
1. Jenis Kelamin	26
2. Usia	27
3. Pekerjaan	27
4. Tingkat Pendidikan	28
5. Pendapatan per Bulan	28
6. Frekuensi Pembelian Produk Teh Pucuk Harum	29
B. Deskripsi Objek Penelitian	29
1. <i>Purchase Intention</i>	30
2. <i>Brand image</i>	30

3. <i>Perceived Price</i>	31
4. <i>Brand Awareness</i>	32
C. Hasil Analisis Data	32
1. Analisis <i>Outer Model</i>	32
a. Uji Validitas	32
b. Uji Reliabilitas.....	35
2. Analisis <i>Inner Model</i>	36
a. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square/ R²</i>).....	36
b. Uji <i>Effect Size (f²)</i>	36
c. Uji <i>Goodness of Fit Index (GoF)</i>	37
d. <i>Path Coefficient</i>	37
e. Hasil Pengujian Hipotesis	38
D. Pembahasan	39
BAB V	43
KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Keterbatasan dan Saran	43
1. Keterbatasan	43
2. Saran.....	43
C. Implikasi Manajerial.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN	48