

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	17
1. Pengertian Pemasaran	17
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	18
3. <i>Strategy Marketing</i>	20
a. Pengertian <i>Strategy Marketing</i>	20
4. <i>Hunger Marketing</i>	21
a. Pengertian <i>Hunger Marketing</i>	21
b. Dimensi <i>Hunger Marketing</i>	26
5. <i>Brand Image</i>	27
a. Pengertian Merek.....	27
b. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	29
c. Dimensi <i>Brand Image</i>	31
6. Harga	33

a. Pengertian Harga	33
b. Dimensi Harga.....	37
7. <i>Purchase Intention</i>	38
a. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	38
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	41
c. Dimensi <i>Purchase Intention</i>	42
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Konseptual.....	46
D. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
B. Desain Penelitian	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	50
1. Definisi Variabel	50
2. Operasionalisasi Variabel.....	52
D. Skala Pengukuran.....	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi Penelitian	54
2. Sampel Penelitian	55
F. Teknik pengumpulan Data.....	56
G. Metode Analisis Data.....	56
1. Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i>	57
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Statistik Deskriptif	61
1. Deskriptif Responden	61
2. Deskripsi Variabel.....	63
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	68
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	68
a. <i>Convergent Validity</i>	68

b. <i>Discriminant Validity</i>	71
c. <i>Composite Reliability</i>	73
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
a. Nilai <i>R-Square</i>	75
b. <i>Predictive Relevance Q²</i>	75
D. Pengujian Hipotesis	76
E. Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA