

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Pembatasan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	13
1.2.2 Perumusan Masalah Penelitian	15
1.2.3 Pembatasan Masalah Penelitian	16
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
1.3.1 Tujuan Penelitian	16
1.3.2 Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	20

2.1.1 Komunikasi Pemasaran	20
2.1.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	20
2.1.1.2 Dimensi Promotion Mix	23
2.1.1.3 Bauran Promotion Mix	23
2.1.2 Merek	33
2.1.2.1 Definisi Merek	33
2.1.2.2 Citra Merek	35
2.1.2.3 Bauran Citra Merek	37
2.1.3 Harga	39
2.1.3.1 Definisi Harga	39
2.1.3.2 Persepsi Harga	40
2.1.3.3 Pengukuran Persepsi Harga	42
2.1.4 Perilaku Konsumen – Sikap	43
2.1.4.1 Definisi Sikap	45
2.1.4.1 Komponen Sikap	49
2.1.5 Intensi dan Minat Beli	50
2.1.5.1 Definisi Intensi	50
2.1.5.1.1 Aspek pembentuk intensi	51
2.1.5.1.2 The Theory of Reasoned Action	56
2.1.5.1.3 Theory of Planned Behavior	58
2.1.5.2 Definisi Minat Beli	58
2.1.6 Penelitian Terdahulu	63
2.2 Kerangka Pemikiran	71

2.3 Hipotesis	72
---------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	77
3.2 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	77
3.2.1 Pengukuran Variabel Penelitian	77
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	79
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	80
3.3.1 Populasi Penelitian	80
3.3.2 Sampel Penelitian	81
3.4 Metode Pengumpulan Data	82
3.5 Sumber Data	83
3.6 Metode Analisis Data	84
3.6.1 SEM (Structural Equation Models)	84
3.6.1.1 Tahap-Tahap Dalam SEM	87
3.6.2 Uji Hubungan Kausal	92

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan	96
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	96
4.2 Hasil Penelitian	97
4.2.1 Analisis Deskripsi Responden	99
4.2.2 Analisis Deskripsi Kuesioner	100

4.3 Analisa dan Pembahasan	110
4.3.1 Confirmatory Factor Analysis	113
4.3.2 Second Order CFA	119
4.3.3 Uji Kecocokan Model Struktural	122
4.3.4 Analisis Kecocokan Model Hipotesa	126
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian	135

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	146
5.2 Saran	148
5.3 Keterbatasan Penelitian	150

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

