

## 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

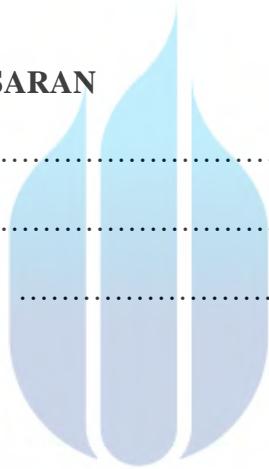
4.3 Analisa dan Pembahasan .....	110
4.3.1 Confirmatory Factor Analysis .....	113
4.3.2 Second Order CFA .....	119
4.3.3 Uji Kecocokan Model Struktural .....	122
4.3.4 Analisis Kecocokan Model Hipotesa .....	126
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	135

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan .....	146
5.2 Saran .....	148
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	150

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**