

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	5
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian	6
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ...	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Citra Merek.....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Variabel dan Pengukuran Variabel.....	30
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Populasi dan Metode Sampling.....	32
3.5 Metode Analisis.....	34
3.5.1 Partial Least Square (PLS).....	34
3.5.2 Evaluasi Model Dalam PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	37
3.5.3 Pengujian Hipotesis	38
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 39
4.1. Deskripsi Perusahaan	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2 Lingkup Bidang Usaha.....	40
4.1.3 Sumber Daya Perusahaan.....	40
4.1.4 Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	42
4.2. Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Hasil Uji Deskriptif.....	42
4.2.2 Hasil Analisis Data	44
4.2.2.1 Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.2.2 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	46
4.2.2.3 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
4.2.2.4 Nilai <i>Composite Reliability (CR)</i>	49
4.2.2.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
4.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan	51
4.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	51
4.3.2 Pembahasan	57

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran.....	60
5.2.1. Saran Akademisi	61
5.2.2. Saran Manajerial	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77

