

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Teori Tentang Motivasi Membeli.....	9
2.2. Teori Tentang Sikap Konsumen.....	12
2.3. Teori Tentang Kepercayaan Konsumen.....	15
2.4. Teori Tentang Kesadaran merek .....	19
2.5. Teori Tentang Niat Membeli.....	23
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	26
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28
3.1. Kerangka Penelitian .....	28
3.2. Hipotesis Penelitian.....	29
3.3. Desain Penelitian .....	30
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel .....	33
3.6. Uji Kualitas Data .....	35
3.6.1. Uji Validitas .....	35
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	36
3.7. Alat Analisis .....	38
3.8. Uji t .....	39
3.9. Uji f .....	39

<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	41
4.2.1. Analisis Faktor .....	41
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	43
4.2.3. Uji Asumsi Klasik .....	44
4.2.4. Analisis Deskriptif Anova.....	47
4.3. Pengujian Hipotesis .....	49
4.4. Pembahasan Hasil penelitian.....	51
4.5. Implikasi Manajerial.....	53
 <b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	66
5.3 Saran .....	66
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>