

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
PENDAHULUAN .....	1
TINJAUAN PUSTAKA .....	3
Brand Image.....	3
Brand Trust .....	4
Perceived Quality.....	4
Brand Familiarity .....	5
Niat Beli Konsumen.....	5
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	6
Hubungan Brand Image Dengan Niat Beli Konsumen .....	6
Hubungan Brand Image Dengan Perceived Quality .....	6
Hubungan Brand Image berpengaruh positif terhadap Brand Trust .....	7
Brand Trust berpengaruh terhadap Niat Beli Konsumen .....	7
Brand Trust memainkan perantara antara Brand Image dan Niat Beli Konsumen .....	7
Kualitas sangat berpengaruh dalam hubungan antara Brand Image dan Niat Beli Konsumen .....	8
Peran moderasi Brand Familiarity dalam Kualitas Yang Dirasakan.....	8
METODE PENELITIAN.....	9
HASIL PENELITIAN.....	11
DISKUSI.....	14
Kesimpulan .....	16
DAFTAR PUSTAKA .....	18
LAMPIRAN.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu .....	25
Lampiran 2 Operasional Variabel .....	30
Lampiran 3 Alat Ukur/Kuesioner Penelitian.....	33
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data .....	39
Lampiran 5 Hasil output oleh data .....	42
Lampiran 6. Hasil Laporan Pengecekan Plagiat .....	61
Lampiran 7. Artikel/Jurnal Bahasa Inggris .....	62
Lampiran 8. Biodata Penulis .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tabel Data Penjualan .....	1
Gambar 2 Model Penelitian .....	9

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis .....	13
Tabel 2. Hasil Uji Mediasi .....	13
Tabel 3. Hasil Uji Moderasi .....	14
Tabel 4. Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 5. Operasional Variabel .....	30