

DAFTAR ISI

HALAMAN TUGAS AKHIR	
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	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
PENDAHULUAN	1
TINJAUAN PUSTAKA	3
<i>Brand Image</i>	3
<i>Word of Mouth</i>	3
<i>Self-Consistency</i>	4
<i>Self-Motivation</i>	4
<i>Purchase Intention</i>	5
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	5
Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan <i>Self-Consistency</i>	5
Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	6
Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	6
Pengaruh <i>Self-consistency</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	6
Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	7
Peran Moderasi <i>Self-Motivation</i> dalam <i>Self-Consistency</i>	7
METODE PENELITIAN	8
HASIL	10
Karakteristik Responden	10
Analisis Deskriptif.....	10
Uji Asumsi Klasik	15
Uji Normalitas.....	15
Uji Multikolinieritas.....	16
Uji Heteroskedastisitas.....	17
Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	18
<i>Path Analysis Model 1</i>	18
<i>Path Analysis Model 2</i>	20
<i>Path Analysis Model 3</i>	21
Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	24
DISKUSI	26
KESIMPULAN	29

KETERBATASAN PENELITIAN	30
SARAN	30
IMPLIKASI PENELITIAN	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	38