

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	5
C. Perumusan Masalah Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	10
B. Intensi Membeli	13
C. Minat Beli Konsumen	16

D. Merek (<i>Brand</i>)	19
E. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	23
F. Kualitas Produk	26
G. Penelitian Terdahulu	28
H. Model Penelitian.....	31
I. Kerangka Pikir Penelitian.....	32
J. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis dan Sumber Data.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
D. Metode Pengumpulan Data.....	39
E. Metode Pengolahan Data.....	40
F. Analisis Jalur (<i>Analysis Path</i>).....	43
H. Definisi Operasional Variabel	51
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	54
A. Gambaran Umum Perusahaan	54
B. Karakteristik Responden	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Uji Validitas	61
B. Hasil Uji Reliabilitas	63
C. Analisis Path (Diagram Jalur).....	64
D. Pembahasan.....	80

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN