

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
INTISARI	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori.....	11
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	13
2.1.3 <i>Fashion Involvement</i>	15

2.1.4	Kepercayaan.....	16
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	18
2.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepercayaan.....	
2.2.2	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap Kepercayaan...	19
2.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	20
2.2.4	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	21
2.2.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap <i>Purchase Intention</i>	22
2.3	Kerangka pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.6	Uji Instrumen.....	30
3.6.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	30
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	34
3.7.2	Metode Path Anayisis.....	34
3.7.3	Uji Sobel Test.....	35
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	35
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Responden.....	38
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	39
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2	Deskripsi Variabel.....	42
4.2.1	Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	43
4.2.2	Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	45
4.2.3	Variabel Kepercayaan (Y1).....	47
4.2.4	Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y2).....	48
4.3	Uji Instrumen.....	50
4.3.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	50
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4	Path Analisis.....	58
4.5	Pembahasan.....	69

BAB V PENUTUP

5.1	Simpulan.....	78
5.2	Implikasi Managerial.....	79
5.3	Saran.....	80
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	82

DAFTAR PUSTAKA	84
----------------------	----

LAMPIRAN	xvii
----------------	------

DAFTAR TABEL

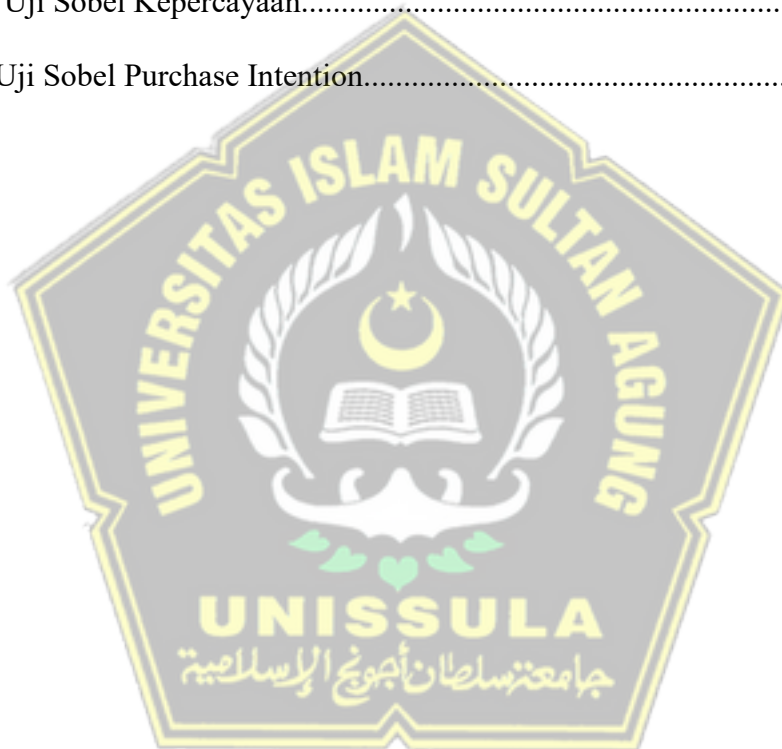
Tabel 1. 2 Kinerja Perusahaan Online.....	3
Tabel 1. 3 Data penjualan Perusahaan.....	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasar Jenis kelamin.....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasar Umur.....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasar Pendidikan.....	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasar Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 5 Interval Kategori.....	42
Tabel 4. 6 Deskriptif Brand Image.....	43
Tabel 4. 7 Deskriptif Fashion Involvement.....	45
Tabel 4. 8 Deskriptif Kepercayaan.....	47
Tabel 4. 9 Deskriptif Purchase Intention.....	49
Tabel 4. 10 Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas Kepercayaan.....	55
Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas Purchase Intention.....	55
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas Puschase Intention.....	57
Tabel 4. 15 Uji Heterokedastisitas Kepercayaan.....	58
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda Kepercayaan.....	59
Tabel 4. 17 Model summary Kaepercayaan.....	60
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linier Berganda Purchase Intention.....	61

Tabel 4. 19 Model Summary Purchase Intention.....	62
Tabel. 4.20 Analisis Regresi Brand Image terhadap Kepercayaan.....	63
Tabel. 4.21 Analisis Regresi Fashion Involvement terhadap Kepercayaan.....	63
Tabel. 4.22 Analisis Regresi Brand Image terhadap Purchase Intention.....	64
Tabel. 4.23 Analisis Regresi Fashion Involvement terhadap Purchase Intention.....	65
Tabel. 4.24 Analisis Regresi Kepercayaan terhadap Purchase Intention.....	65
Tabel. 4.25 Uji F Kepercayaan.....	66
Tabel. 4.26 Uji F Purchase Intention.....	67
Tabel. 4.27 Uji Sobel Kepercayaan.....	68
Tabel. 4.28 Uji Sobel Purchase Intention.....	69
Tabel. 4.26 Uji F Purchase Intention.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Data penjualan Perusahaan.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
Gambar 4. 1 Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas Purchase Intention.....	56
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisitas Kepercayaan.....	52
Gambar 4. 4 Uji Sobel Kepercayaan.....	68
Gambar 4. 5 Uji Sobel Purchase Intention.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Hasil Perolehan Kuesioner.....	97
Lampiran 3 Deskripsi Frekuensi.....	100
Lampiran 4 Uji Validitas.....	105
Lampiran 5 Uji Reabilitas.....	108
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	109
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas.....	110
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas.....	112
Lampiran 9 Analisis Regresi Berganda.....	114

