

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
INTISARI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9

1.3	Tujuan Penelitian	10
1.4	Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI		
2.1	Landasan Teori.....	12
2.1.1	Pengertian keputusan pembelian.....	12
2.1.2	Pengertian Kesadaran Merek (<i>Brandawareness</i>).....	14
2.1.3	Pengertian Iklan	15
2.1.4	Pengertian Komunitas	16
2.1.5	Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.2	Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1	Variabel Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2	Variabel Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	19
2.2.3	Variabel Iklan.....	22
2.2.4	Variabel Komunitas	24
2.2.5	Variabel Kualitas Produk.....	29
2.2.6	Hubungan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.7	Hubungan Iklan terhadap Kesadaran Merek.....	32
2.2.8	Hubungan Komunitas terhadap Kesadaran Merek	33
2.2.9	Hubungan Kualitas Produk terhadap Kesadaran Merek..	34

2.3	Model Empirik	35
BAB III. METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	39
3.3.1	Teknik Pengambilan Sampel	39
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.3.3	Jenis dan Sumber Data	41
3.3.4	Variabel Penelitian	42
3.3.5	Definisi Operasional	43
3.4	Teknik Analisis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	58
4.1.1	Deskripsi Responden	58
4.1.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.1.2	Berdasarkan Usia	59
4.1.1.3	Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.1.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan	62

4.1.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden	
Terhadap Variabel Komunitas	63
4.1.2.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	
Terhadap Variabel Kualitas Produk	65
4.1.2.4 Analisis Indeks Jawaban Responden	
Terhadap Variabel Kesadaran Merek	67
4.1.2.5 Analisis Indeks Jawaban Responden	
Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	69
4.2 Hasil Analisis Data Pengujian Model Penelitian	71
4.2.1 Pemilihan Matriks Input dan Teknik Estimasi	71
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	72
4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	75
4.2.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	79
4.3 Problem Identifikasi	84
4.4 Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM	85
4.4.1 Evaluasi Normalitas dalam Data	85
4.4.2 Evaluasi <i>Outlier Univariate</i>	86
4.4.3 Evaluasi <i>Outlier Multivariate</i>	88
4.4.4 Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas	88
4.4.5 Uji Kesesuaian Model	89
4.4.6 Tahap Interpretasi dan Modifikasi Model	89
4.4.7 Uji <i>Reliabilitas</i> dan Uji <i>Variance Extract</i>	90

4.5	Pengujian Hipotesis	93
4.5.1	Uji Hipotesis 1	93
4.5.2	Uji Hipotesis 2	94
4.5.3	Uji Hipotesis 3	94
4.5.4	Uji Hipotesis 4	95

BAB V. PENUTUP

5.1	Simpulan	96
5.2	Saran	103
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	104
5.3.1	Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3.2	Agenda Penelitian Mendatang	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN