

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
ABSTRAK.....	11
ABSTRACT.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	23
1.6.1 Model Penelitian.....	23
1.6.2 Subjek Penelitian.....	24
1.6.3 Lokasi Penelitian.....	24
1.6.4 Waktu Penelitian.....	24
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	25
2.1 Landasan Teori.....	25
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	25
2.1.2 <i>Brand Consciousness</i> .....	26
2.1.3 <i>Brand Nationality</i> .....	27
2.1.4 <i>Brand Schematicity</i> .....	28
2.1.5 Perilaku Pembelian ( <i>Purchase Behavior</i> ).....	28
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.2.1 <i>Brand Awareness</i> (BA) dan Perilaku Pembelian.....	29
2.2.2 <i>Brand Consciousness</i> (BC) dan <i>Brand Awareness</i> (BA).....	30
2.2.3 <i>Brand Consciousness</i> (BC) dan Perilaku Pembelian.....	31
2.2.4 <i>Brand Nationality</i> (BN), <i>Brand Awareness</i> (BA) dan Perilaku Pembelian.....	32

2.2.5 Peran Mediasi dari <i>Brand Awareness</i> (BA).....	33
2.2.6 <i>Brand Schematicity</i> (BS).....	34
2.3 Model Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.3.2 Populasi.....	44
3.3.3 Unit Sampel.....	45
3.3.4 Ukuran Sampel.....	45
3.3.5 Lokasi Penelitian.....	45
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner.....	46
3.5 Objek Penelitian.....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7 Instrumen Penelitian.....	47
3.8 Metode Analisis SEM-PLS.....	47
3.9 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	48
3.9.1 Uji Validitas.....	48
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.9.3 Statistik Deskriptif.....	50
3.9.4 Uji Multikolinearitas.....	50
3.10 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	51
3.10.1 Analisis Varian ( $R^2$ ) atau Uji Determinasi.....	51
3.10.2 Model Fit.....	51
3.10.3 Uji Relevansi Prediktif.....	52
3.10.4 Tingkat Signifikansi.....	52
3.10.5 Prosedur Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV ANALISIS DATA.....	54
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	54
4.2 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
4.2.1 Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....	57
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	59
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	62
4.2.4 Statistik Deskriptif.....	63

4.2.5 Uji Multikolinearitas.....	64
4.3 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	65
4.3.1 Model Fit.....	66
4.3.2 Uji Relevansi Prediktif.....	67
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	68
4.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	72
4.4.1 Hipotesis Pertama.....	72
4.4.2 Hipotesis Kedua.....	73
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	75
4.4.4 Hipotesis Keempat.....	77
4.4.5 Hipotesis Kelima.....	78
4.4.6 Hipotesis Keenam.....	80
4.4.7 Hipotesis Ketujuh.....	82
4.4.8 Hipotesis Kedelapan, Kesembilan, dan Kesepuluh.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Implikasi Manajerial.....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4 Arah Penelitian Mendatang.....	94
Daftar Pustaka.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 (Model Penelitian).....	36
Gambar 2.2 (Model Penelitian dengan Modifikasi).....	37
Gambar 4.1 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Pengukuran <i>Brand Consciousness</i> .....	40
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran <i>Brand Nationality</i> .....	41
Tabel 3.3 Instrumen Pengukuran Perilaku Pembelian.....	42
Tabel 3.4 Instrumen Pengukuran <i>Brand Awareness</i> .....	42
Tabel 3.5 Instrumen Pengukuran <i>Brand Schematicity</i> .....	43
Tabel 4.1 Profil Responden.....	54
Tabel 4.2 Hasil <i>Loading Factor</i> .....	57
Tabel 4.3 Hasil <i>Cross Loading</i> .....	59
Tabel 4.4 Nilai AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	61
Tabel 4.5 Nilai Akar AVE dan Korelasi Antar Variabel Laten.....	61
Tabel 4.6 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan Cronbach's Alpha.....	62
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif.....	63
Tabel 4.8 Nilai VIF.....	64
Tabel 4.9 Nilai R-Square.....	66
Tabel 4.10 Nilai SRMR ( <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> ).....	66
Tabel 4.11 Hasil Q <sup>2</sup> .....	67
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	69
Tabel 4.13 Pengaruh Tidak Langsung.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2. Analisis Karakteristik Responden.....	110
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	112
Lampiran 4. Hasil Pengujian Model Struktural.....	116
Lampiran 5. Bukti Persetujuan Dosen Pembimbing.....	118