

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR GAMBAR	2
DAFTAR LAMPIRAN	3
BAB I.....	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Motivasi Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Kontribusi Penelitian.....	14
1.6.1 Kontribusi Praktis	14
1.6.2 Kontribusi Teoritis	14
BAB II	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response	16
2.2 Tinjauan Pustaka	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	30
BAB III.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39



3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Instrumen Penelitian.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknik Analisis Data	40
BAB IV		42
4.1	Profil Responden	42
4.2	Uji Validitas.....	46
4.2.1	Uji Validitas Konvergen.....	46
4.2.2	Uji Validitas Internal	49
4.3	Uji Reliabilitas.....	50
4.4	Uji Normalitas	51
4.5	Uji Multikolinearitas	52
4.6	Uji Hipotesis.....	53
4.6.1	Pengaruh Karakter Menarik, Populer, Penunjang Harga, dan Responsif pada Niat Pembelian	54
4.6.2	Pengaruh Mediasi Keterlibatan Merek pada Niat Pembelian	59
4.6.3	Pengaruh Moderasi Citra Merek pada Niat Pembelian.....	64
4.7	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	69
BAB V		72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Keterbatasan	72
5.3	Implikasi.....	73
5.3.1	Implikasi Teoritis	73
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	74
	Daftar Pustaka.....	77