

## Daftar Isi

<b>Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis.....</b>	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>ix</b>
<b>Intisari.....</b>	<b>x</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>1.6. Lingkup Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB 2.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Landasan Teori.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Tinjauan Literatur.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1. Kesadaran Kesehatan.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.2. Sikap Merek.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.3. Norma Subjektif.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.4. Persepsi Kontrol Perilaku.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.5. Niat Membeli.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.6. Perilaku Pembelian.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.1. Pengaruh Kesadaran Kesehatan pada Sikap Merek.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.2. Pengaruh Sikap Merek pada Niat Membeli.....</b>	<b>26</b>

2.3.3.	Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian.....	27
2.3.4.	Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Niat Pembelian.....	28
2.3.5.	Pengaruh Niat Pembelian pada Perilaku Pembelian.....	29
2.3.6.	Pengaruh Sikap Merek pada Perilaku Pembelian.....	30
2.3.7.	Pengaruh Norma Subjektif pada Perilaku Pembelian.....	31
2.3.8.	Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Perilaku Pembelian.....	32
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.5.	Kerangka Penelitian.....	39
<b>BAB 3</b>	.....	<b>40</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	40
3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.2.1	Instrumen Penelitian.....	41
3.2.2	Populasi dan Sample.....	42
3.3.	Definisi Operasional dan Indikator Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1.	Kesadaran Kesehatan.....	44
3.3.2.	Sikap Merek.....	45
3.3.3.	Norma Subjektif.....	46
3.3.4.	Persepsi Kontrol Perilaku.....	47
3.3.5.	Niat Pembelian.....	48
3.3.6.	Perilaku Pembelian.....	49
3.4.	Metode Analisis Data.....	50
3.4.1.	Uji Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	50
3.4.2.	Uji Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	52
<b>BAB 4</b>	.....	<b>56</b>
4.1.	Hasil Pengumpulan Data.....	56
4.2.	Deskripsi Reponden.....	57
4.3.	Karakteristik Responden.....	57
4.4.	Statistik Deskriptif.....	58
4.5.	Uji Statistik dan Hasil.....	62

4.5.1.	<i>Outer Model</i> .....	63
4.5.2.	<i>Inner Model</i> .....	67
4.6.	<b>Uji Hipotesis</b> .....	70
4.6.1.	<b>Pengaruh Kesadaran kesehatan pada Sikap merek</b> .....	71
4.6.2.	<b>Pengaruh Sikap Merek pada Niat Pembelian</b> .....	72
4.6.3.	<b>Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian</b> .....	72
4.6.4.	<b>Pengaruh Persepsi kontrol perilaku pada Niat Pembelian</b> .....	73
4.6.5.	<b>Pengaruh Niat Pembelian pada Perilaku Pembelian</b> .....	73
4.6.6.	<b>Pengaruh Sikap Merek pada Perilaku Pembelian</b> .....	73
4.6.7.	<b>Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku Pembelian</b> .....	74
4.6.8.	<b>Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Perilaku Pembelian</b> .....	74
4.7.	<b>Diskusi dan Pembahasan Hipotesis</b> .....	75
4.7.1.	<b>Kesadaran Kesehatan Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian</b> .....	75
4.7.2.	<b>Sikap Merek Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian</b> .....	77
4.7.3.	<b>Norma Subjektif Berpengaruh Positif pada niat pembelian</b> ..	78
4.7.4.	<b>Persepsi Kontrol Perilaku Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian</b> .....	80
4.7.5.	<b>Niat Pembelian Berpengaruh Positif pada Perilaku Pembelian</b> .....	81
4.7.6.	<b>Sikap Merek Berpengaruh Positif pada Perilaku Pembelian</b> .....	83
4.7.7.	<b>Norma Subjektif Berpengaruh Positif pada Perilaku Pembelian</b> .....	84
4.7.8.	<b>Persepsi Kontrol Perilaku Berpengaruh Positif pada Perilaku Pembelian</b> .....	85
<b>BAB 5</b> .....		87
5.1.	<b>Kesimpulan</b> .....	87
5.2.	<b>Implikasi manajerial</b> .....	88
5.3.	<b>Keterbatasan penelitian</b> .....	92



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Peran Kesadaran kesehatan sebagai Antecedent Sikap merek untuk Memunculkan Perilaku pembelian Mi Instan Lemonilo**

Muhammad Taufikur Rahman Afandi, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>5.4. Saran penelitian mendatang.....</b>	<b>92</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>94</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

### Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Top dan Merek Mi Instan di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Framework Penelitian.....	38

### Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Indikator Kesadaran kesehatan.....	44
Tabel 3. 2 Indikator Sikap merek.....	45
Tabel 3. 3 Indikator Norma subjektif.....	45
Tabel 3. 4 Indikator Persepsi kontrol perilaku.....	47
Tabel 3. 5 Indikator Niat pembelian.....	48
Tabel 3. 6 Indikator Actual Perilaku pembelian.....	49
Tabel 4. 1 Data persebaran Kuesioner.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4.4 Nilai Outer Loading.....	61
Tabel 4.5 Nilai Average Variance Extracted.....	62
Tabel 4.6 Nilai Cross Loading.....	63
Tabel 4.7 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	64
Tabel 4.8 Nilai Composite Reliability.....	65
Tabel 4.9 Nilai Cronbach's Alpha.....	65
Tabel 4. 10 Nilai R <sup>2</sup> (R Square).....	66
Tabel 4.11 Nilai Q <sup>2</sup> .....	67
Tabel 4. 12 Nilai Model Fit.....	68
Tabel 4.13 Nilai Path Coefficient.....	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis.....	74