

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                 | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....            | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....            | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                       | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                      | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                 | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....             | <b>1</b>    |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 1           |
| 1.1.1 Profil Perusahaan .....              | 1           |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian .....        | 2           |
| 1.3 Perumusan Masalah.....                 | 11          |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                 | 12          |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                | 13          |
| 1.6 Batasan Masalah.....                   | 13          |
| 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir..... | 13          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....       | <b>15</b>   |
| 2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....   | 15          |
| 2.1.1 Pemasaran .....                      | 15          |
| 2.1.2 <i>Brand</i> (Merek).....            | 15          |
| 2.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....         | 16          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.1.4 <i>Brand Image</i> .....   | 17        |
| 2.1.5 Perilaku Konsumen .....  | 19        |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian.....   | 20        |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel .....  | 21        |
| 2.2.1 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....                           | 21        |
| 2.2.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....                               | 22        |
| 2.2.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan<br>Pembelian ..... | 23        |
| 2.2.4 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....                            | 23        |
| 2.3 Penelitian Terdahulu.....  | 24        |
| 2.4 Kerangka Pemikiran .....   | 33        |
| 2.5 Hipotesis Penelitian.....  | 34        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>35</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....   | 35        |
| 3.2 Operasional Variabel .....   | 36        |
| 3.2.1 Skala Pengukuran.....  | 40        |
| 3.3 Tahap Penelitian .....   | 41        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....  | 43        |
| 3.4.1 Populasi .....   | 43        |
| 3.4.2 Sampel.....  | 43        |
| 3.5 Pengumpulan Data .....   | 45        |
| 3.6 Uji Validitas dan Realibilitas .....   | 46        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....  | 46        |
| 3.6.2 Uji Realibilitas .....   | 48        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....   | 49        |
| 3.7.1 <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) .....                     | 50        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.7.2 Analisis Uji Simultan (Uji F) .....  | 52        |
| 3.7.3 Pengujian Hipotesis.....   | 53        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>55</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden .....  | 55        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                      | 56        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....  | 57        |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....   | 58        |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....  | 58        |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....   | 59        |
| 4.2 Hasil Penelitian.....  | 60        |
| 4.2.1 Model Penelitian .....   | 67        |
| 4.2.2 Uji Outer Model .....  | 68        |
| 4.2.3 Uji Inner Model.....   | 74        |
| 4.2.4 Uji Hipotesis .....  | 76        |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....   | 79        |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....                            | 79        |
| 4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....                               | 80        |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan<br>Pembelian ..... | 81        |
| 4.3.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....                            | 82        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>85</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 85        |
| 5.2 Saran.....   | 86        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>89</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>93</b> |