

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>20</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian.....</b>	<b>20</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>21</b>
BAB II .....	22
<b>2.1. Kajian Teori .....</b>	<b>22</b>
2.1.1. Brand Awareness .....	23
2.1.2. Brand Schematicity .....	24
2.1.3. Brand Consciousness .....	25
2.1.4. <i>Brand Nationality</i> .....	27
2.1.5. <i>Purchasing Behaviour</i> .....	28
<b>2.2. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>39</b>
<b>2.4. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>40</b>
BAB III .....	42
<b>3.1. Jenis Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....</b>	<b>43</b>
3.2.1. Operasionalisasi Variabel .....	43
3.2.2. Skala Pengukuran .....	51
<b>3.3. Tahap Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3.4. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>53</b>
<b>3.5. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>55</b>
<b>3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>56</b>

<b>3.7. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>94</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>94</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>94</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>