

## DAFTAR ISI

Judul Skripsi .....	
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	
Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir .....	
Persetujuan Tim Penguji Tugas Akhir.....	
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 <i>Brand Image</i> .....	10
2.2 <i>Perceived Price</i> .....	12
2.3 <i>Perceived Quality</i> .....	13
2.4 <i>Purchase Intention</i> .....	15
2.5 <i>Brand image</i> berpengaruh terhadap <i>perceived price</i> .....	16
2.6 <i>Brand image</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> .....	17
2.7 <i>Brand image</i> berpengaruh terhadap <i>perceived quality</i> .....	18
2.8 <i>Perceived price</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> .....	19
2.9 <i>Perceived quality</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> .....	20
2.10 Model Penelitian .....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	23
3.1 Paradigma dan Metode Penelitian.....	23
3.2 Desain Penelitian.....	24
3.3 Objek Penelitian.....	25
3.4 Unit Analisis .....	26

3.5	Pengukuran Variabel.....	26
3.6	Definisi Konseptual dan Operasional.....	27
3.7	Populasi dan Sampel .....	28
3.8	Metode Analisis Data .....	30
3.9	Pengujian Pengukuran Model ( <i>Outer-Model</i> ).....	31
3.10	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	32
3.11	Uji Pendahuluan .....	33
BAB IV PEMBAHASAN .....		38
4.1	Profil Responden.....	38
4.2	Hasil Analisis Data.....	41
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	41
4.3	Pembahasan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Implikasi Manajerial.....	58
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	60