

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Pertanyaan Penelitian .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Teoritis .....	15
1. <i>Repurchase Intention</i> .....	15
2. <i>Brand Image</i> .....	16
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
C. Perumusan Hipotesis .....	26
D. Rerangka Konseptual .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

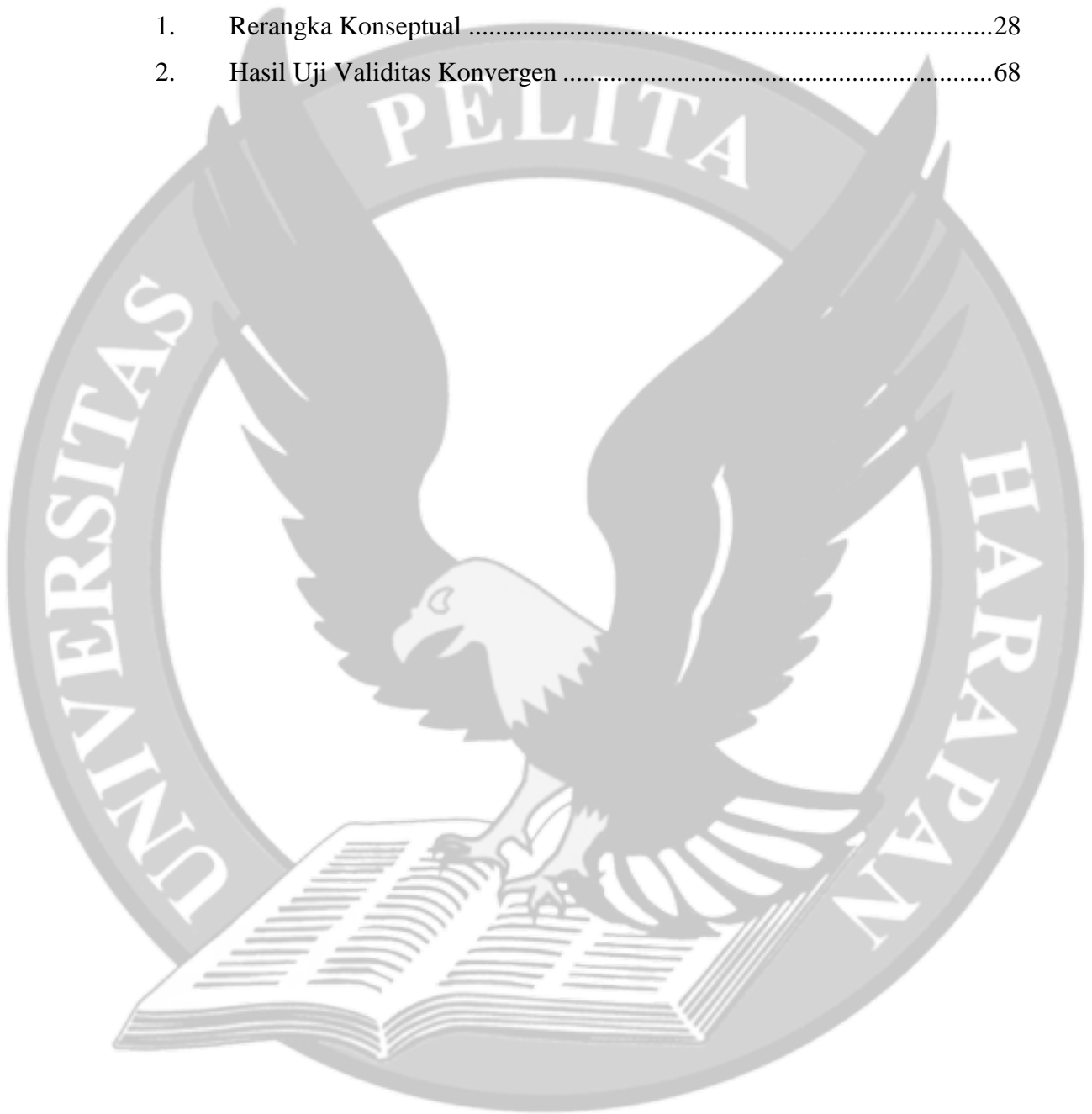
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
B. Rancangan Penelitian .....	36
1. Jenis Penelitian .....	36
2. Dimensi Waktu .....	39
3. Kedalaman Riset .....	39
4. Lingkungan Penelitian .....	40
5. Unit Analisis .....	40
C. Metode Penentuan Sampel .....	40
D. Metode Pengumpulan Data .....	42
E. Pengukuran Variabel .....	44
F. Metode Analisis Data .....	47
1. Analisis <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	48
2. Analisis <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i> .....	50
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Analisis .....	53
1. Profil Responden .....	53
2. <i>Perceived Product Quality</i> .....	56
3. <i>Perceived Service Quality</i> .....	57
4. <i>Store Atmosphere</i> .....	58
5. <i>Perceived Price</i> .....	59
6. <i>Store Location</i> .....	60
7. <i>Promotion</i> .....	61
8. <i>Brand Image</i> .....	62
9. <i>Repurchase Intention</i> .....	63
B. Pembahasan .....	64
1. Statistik Deskriptif .....	64
2. Uji <i>Outer Model</i> .....	66
3. Uji <i>Inner Model</i> .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN RENCANA KEBERLANJUTAN PENELITIAN</b>	
A. Simpulan .....	90

B. Saran.....	92
C. Rencana Keberlanjutan Penelitian .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>109</b>



## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Rerangka Konseptual .....	28
2.	Hasil Uji Validitas Konvergen .....	68



## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Image.....	17
2.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22
3.	Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel.....	28
4.	Pertanyaan Kuesioner.....	44
5.	Profil Responden.....	53
6.	Hasil Kuesioner Perceived Product Quality.....	56
7.	Hasil Kuesioner Service Quality.....	57
8.	Hasil Kuesioner Store Atmosphere.....	58
9.	Hasil Kuesioner Perceived Price.....	59
10.	Hasil Kuesioner Store Location.....	60
11.	Hasil Kuesioner Promotion.....	61
12.	Hasil Kuesioner Brand Image.....	62
13.	Hasil Kuesioner Repurchase Intention.....	63
14.	Statistik Deskriptif.....	64
15.	Hasil Uji Loading Factor dan AVE.....	67
16.	Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	69
17.	Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	70
18.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
19.	Hasil Uji Kolinearitas.....	72
20.	Hasil Uji Path Coefficient.....	74

## LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Profil Harlan + Holden Because Cafe .....	103
2.	Pengolahan Data.....	104
3.	Pertanyaan Kuesioner.....	107
4.	Wawancara Staf Harlan + Holden Cafe .....	108

