

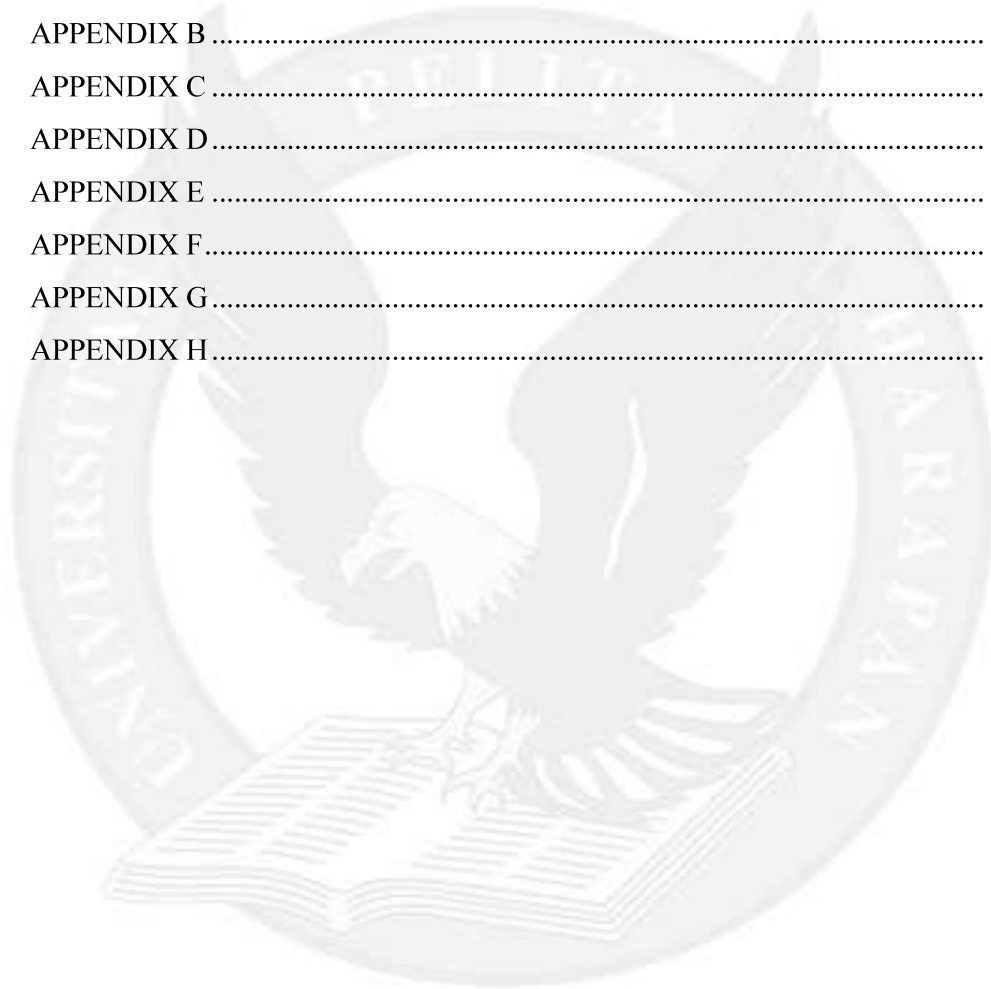
# DAFTAR ISI

## Konten

JUDUL TESIS .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II .....	11
2.1 Variabel .....	11
2.1.1. <i>Brand Image</i> .....	11
2.1.2. <i>Perceived Value</i> .....	12
2.1.3. <i>Brand Trust</i> .....	14
2.1.4. <i>Purchase Decision</i> .....	15
2.1.5. <i>Competitive Dynamics</i> .....	15
2.2 Hubungan antar Variabel .....	16
2.2.1. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Purchase Decision</i> .....	16
2.2.2. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	17
2.2.3. Hubungan antara <i>Perceived Value</i> dengan <i>Purchase Decision</i> .....	18
2.2.4. Hubungan antara <i>Perceived Value</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	19
2.2.5. Hubungan antara <i>Brand Trust</i> dengan <i>Purchase Decision</i> .....	20

2.2.6. Hubungan antara <i>Competitive Dynamics</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	21
2.3 Model Penelitian .....	22
BAB III .....	24
3.1 Objek Penelitian .....	24
3.2 Tipe Penelitian .....	24
3.3 Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
3.3.1. Skala Pengukuran Variabel.....	25
3.3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	25
3.4 Variabel Operasional.....	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Sampel .....	31
3.7 Metode Analisis Data.....	32
BAB IV .....	34
4.1 Profil Responden Pengujian Aktual.....	34
4.2 Uji Statistik Deskriptif.....	36
4.3 Uji Validitas Konvergen dan Uji Reliabilitas .....	41
4.4 Uji Multikolinearitas.....	43
4.5 Uji Validitas Diskriminan .....	45
4.6 Uji Validitas Konvergen dan Uji Reliabilitas Kedua.....	46
4.7 Uji Multikolinearitas Kedua.....	48
4.8 Uji Validitas Diskriminan Kedua.....	49
4.9 Model Struktural .....	51
4.10 Uji Hipotesis .....	55
4.10.1. Brand Image dengan Purchase Decision.....	55
4.10.2. <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	56
4.10.3. <i>Perceived Value</i> dengan <i>Purchase Decision</i> .....	57
4.10.4. <i>Perceived Value</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	57
4.10.5. <i>Brand Trust</i> dengan <i>Purchase Decision</i> .....	58
4.10.6. <i>Competitive Dynamics</i> dengan <i>Brand Trust</i> .....	59
4.11 Analisa <i>Importance Performance Map Analysis</i> .....	59
4.11.1 Analisis IPMA Variabel.....	60
4.11.2 Analisis IPMA Indikator.....	63

BAB V .....	66
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Implikasi Teoritis .....	67
5.3 Implikasi Manajerial .....	67
5.4 Batasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	68
KEPUSTAKAAN .....	70
APPENDIX A .....	75
APPENDIX B .....	79
APPENDIX C .....	80
APPENDIX D .....	81
APPENDIX E .....	82
APPENDIX F .....	83
APPENDIX G .....	84
APPENDIX H .....	85



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Mahasiswa Baru UPH Manajemen Lippo Village.....	3
<b>Gambar 1.2</b> Data Mahasiswa Baru UPH Non Manajemen Lippo Village.....	4
<b>Gambar 1.3</b> Data Mahasiswa Baru Per Provinsi UPH Lippo Village.....	5
<b>Gambar 1.4</b> Persentase Sinta Score 3 Yr Prodi Sarjana UPH Karawaci.....	7
<b>Gambar 2.1</b> Model Penelitian Prodi Sarjana Manajemen UPH Karawaci.....	23
<b>Gambar 4.1</b> Persebaran Angkatan Responden .....	35
<b>Gambar 4.2</b> Provinsi Asal Responden.....	36
<b>Gambar 4.3</b> Uji Hipotesis.....	51
<b>Gambar 4.4</b> Kuadran Area Variabel.....	62
<b>Gambar 4.5</b> Kuadran Area Indikator.....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual & Definisi Operasional.....	26
Tabel 4.1 Nilai Interval Statistic Descriptive dan Kategori .....	37
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif Brand Image .....	37
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif Perceived Value .....	38
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif Competitive Dynamics .....	39
Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif Brand Trust .....	40
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Purchased Decision .....	41
Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen I.....	42
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas I.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Inner VIF I.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Fornell-Larcker criterion I .....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Cross Loading I.....	46
Tabel 4.12 Uji Validitas Konvergen II .....	47
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas II .....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Inner VIF II.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Fornell-Larcker criterion II.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Cross Loading II .....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji R Kuadrat .....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji SRMR.....	52
Tabel 4.19 Nilai F Kuadrat dan Kategori.....	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis .....	53
Tabel 4.21 Efek Tidak Langsung.....	54
Tabel 4.22 Analisis IPMA Variabel.....	61
Tabel 4.23 Analisis IPMA Indikator .....	63