

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
LEMBAR ORISINALITAS	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	13

2.1.2	<i>Brand Image</i>	14
2.1.3	<i>Trust</i>	16
2.1.4	<i>Perceived Quality</i>	18
2.1.5	<i>Perceived Price</i>	19
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Trust</i> Pengguna Vape	21
2.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Quality</i> Pengguna Vape	22
2.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Price</i> Pengguna Vape	22
2.2.4	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Pengguna Vape	23
2.2.5	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Pengguna Vape 24	
2.2.6	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Pengguna Vape	24
BAB III		27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.1.1	Waktu	27
3.1.2	Tempat	27
3.2	Desain Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Pengembangan Instrumen	29
a.	<i>Brand Image</i>	29

b. <i>Trust</i>	33
c. <i>Perceived Quality</i>	36
d. <i>Perceived Price</i>	38
e. <i>Purchase Intention</i>	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	44
3. Uji Hipotesis	44
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Profil Responden.....	47
4.1.2 Profil Data	51
4.2 Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.2 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	61
4.2.3 Uji Kesesuaian Mode	71
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi.....	78
5.2.1 Implikasi Praktis	78

5.2.2 Implikasi Teoretis.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Perokok Usia (<18 Tahun) di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Rata-Rata Kenaikan Tarif Cukai Rokok di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	26
Gambar 4. 1 Model Persamaan Struktural	71
Gambar 4. 2 Model Setelah Dimodifikasi.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kisaran Harga Varian Merek Vape.....	5
Tabel 3. 1 Indikator <i>Brand Image</i>	30
Tabel 3. 2 Indikator <i>Trust</i>	33
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Quality</i>	36
Tabel 3. 4 Indikator <i>Perceived Price</i>	38
Tabel 3. 5 Indikator <i>Purchase Intention</i>	40
Tabel 3. 6 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	43
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	49
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	50
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	50
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	52
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	53
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i>	55
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	56
Tabel 4. 13 <i>Exploratory Factor Analysis Brand Image</i>	57
Tabel 4. 14 <i>Exploratory Factor Analysis Trust</i>	58
Tabel 4. 15 <i>Exploratory Factor Analysis Perceived Quality</i>	58
Tabel 4. 16 <i>Exploratory Factor Analysis Perceived Price</i>	59

Tabel 4. 17 <i>Exploratory Factor Analysis Purchase Intention</i>	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Brand Image</i>	62
Tabel 4. 20 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4. 21 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Trust</i>	64
Tabel 4. 22 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Trust</i>	64
Tabel 4. 23 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Perceived Quality</i>	65
Tabel 4. 24 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Perceived Quality</i>	66
Tabel 4. 25 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Perceived Price</i>	67
Tabel 4. 26 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Perceived Price</i>	68
Tabel 4. 27 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Purchase Intention</i>	69
Tabel 4. 28 Hasil Uji CFA dari Variabel <i>Purchase Intention</i>	70
Tabel 4. 29 Hasil Uji CFA dari <i>Structural Equation Modeling</i>	71
Tabel 4. 30 Hasil Uji CFA dari <i>Structural Equation Modeling</i>	72
Tabel 4. 31 Uji Hipotesis	73