

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Deskripsi Konseptual.....	13
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
C. Kerangka Teoretik	40
D. Perumusan Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	47
B. Metode Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Variabel Penelitian	50
F. Skala Pengukuran	54
G. Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	64
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan	66

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	95
B. Implikasi	96
C. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
I.1	: Tingkat Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman	1
I.2	: Usaha Kuliner Yang Menyediakan Makanan Pedas	2
I.3	: Usaha Kuliner Yang Dimiliki/Dikelola Artis Indonesia	4
II.1	: Matrix Penelitian Relevan	38
III.1	: Operasionalisasi Variabel Penelitian	52
III.2	: Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i>	55
III.3	: <i>Goodness of Fit</i>	63
IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian	64
IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	66
IV.4	: Nilai Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	67
IV.5	: Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk	68
IV.6	: Nilai Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	69
IV.7	: Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	70
IV.8	: Hasil Uji Validitas	72
IV.9	: Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test Brand Ambassador</i>	73
IV.10	: <i>Component Matrix Brand Ambassador</i>	73
IV.11	: Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test Kualitas Produk</i>	74

IV.12	: <i>Component Matrix Kualitas Produk</i>	74
IV.13	: Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test Brand Image</i>	75
IV.14	: <i>Component Matrix Brand Image</i>	75
IV.15	: Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test Keputusan Pembelian</i>	75
IV.16	: <i>Component Matrix Keputusan Pembelian</i>	76
IV.17	: Hasil Uji Reliabilitas	76
IV.18	: Hasil Uji <i>Goodness of Fit Brand Ambassador</i>	78
IV.19	: Hasil Uji <i>Goodness of Fit Kualitas Produk</i>	80
IV.20	: Hasil Uji <i>Goodness of Fit Brand Image</i>	82
IV.21	: Hasil Uji <i>Goodness of Fit Keputusan Pembelian</i>	83
IV.22	: Hasil <i>Full Model SEM</i>	85
IV.23	: Hasil <i>Fit Model SEM</i>	87
IV.24	: Indikator <i>Fit Model</i>	87
IV.25	: Pengaruh Langsung dan Tidak langsung	89
IV.26	: Model Persamaan Struktural	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
I.1	: Daftar Menu & Harga Geprek Benu.....	9
II.1	: Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	14
II.2	: Model Penelitian	45
III.1	: Konseptual Diagram <i>Full Model</i>	56
IV.1	: <i>First Order Brand Ambassador</i>	78
IV.2	: <i>First Order</i> Kualitas Produk.....	79
IV.3	: <i>First Order Brand Image</i>	81
IV.4	: <i>First Order</i> Keputusan Pembelian	83
IV.5	: <i>Full Model SEM</i>	85
IV.6	: <i>Fit Model SEM</i>	86
IV.7	: <i>t-value fitted model SEM</i>	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I : Kuesioner	104
Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	110
Lampiran 3: <i>Output</i> Uji Validitas dan Reliabilitas.....	112
Lampiran 4: <i>Output Goodness of Fit</i>	117
Lampiran 5: <i>Output Full</i> dan <i>Fit Model</i>	123

