

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	5
1.2. Identifikasi Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.5 Batasan Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II	22
2.1. Kajian Teori	22
2.1.1. Brand Awareness	23
2.1.2. Brand Schematicity	24
2.1.3. Brand Consciousness	25
2.1.4. <i>Brand Nationality</i>	27
2.1.5. <i>Purchasing Behaviour</i>	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran	39
2.4. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III	42
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1. Operasionalisasi Variabel	43
3.2.2. Skala Pengukuran	51
3.3. Tahap Penelitian	52
3.4. Populasi dan Sampel.....	53
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	56

3.7. Teknik Analisis Data	59
BAB V	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96