

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Observasi	8
1.6 Sistematika Laporan Penulisan Tugas Akhir.....	8
BAB II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Rangkuman Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Brand	10
2.1.3 Brand Image	12
2.1.4 Dimensi Brand Image	12
2.1.5 Perilaku Konsumen	12
2.1.6 Minat Beli	13
2.1.7 Hubungan Brand Image dan Minat Beli	14

2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Pengujian Hipotesis.....	18
2.3 Penelitian Terdahulu	18
BAB III Metode Penelitian	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Variabel Operasional	21
3.3 Tahap Penelitian	26
3.4 Populasi dan sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Sampling	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Skala Pengukuran	30
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 Statistika Deskriptif	33
3.8.2 Uji Normalitas	34
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	35
3.8.4 Uji t (Uji Parsial).....	35
3.8.5 Koefisien Determinasi.....	36
BAB IV Pembahasan	37
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	40
4.2.2 Analisis Deskriptif	42
4.2.3 Uji Normalitas	46
4.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	47

4.2.4.1 Uji t.....	48
4.2.4.3 Koefisien Determinasi.....	49
BAB V Kesimpulan dan Saran	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	51
5.2.2 Bagi Peneliti.....	52
Daftar Pustaka	53
Lampiran	55