

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Produk.....	1
1.1.2 Logo Produk.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Merek (<i>Brand</i>).....	13
2.1.4 Manfaat-Manfaat Merek	14
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i>	15
2.1.6 Minat Beli	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23

2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.1.1 Metode Penelitian	25
3.1.2 Jenis Data	25
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	26
3.2.1 Variabel Operasional.....	26
3.2.2 Skala Pengukuran.....	31
3.3 Tahap Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	36
3.6.1 Uji Validitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Analisis Deskriptif	39
3.7.2 Uji Normalitas.....	41
3.7.3 Uji Regresi Sederhana.....	41
3.8 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Responden	44
4.2 Hasil Pengujian Data	48
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	48
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	50
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	59
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	60

4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.5.1 Hasil Uji F.....	62
4.5.2 Hasil Uji t.....	63
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70