

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Sejarah Nature Republic Aloe Vera.....	1
1.1.2    Visi, Kebijakan Manajemen Nature Republic .....	2
1.1.3    Produk .....	2
1.1.4    Logo .....	4
1.2    Latar Belakang .....	4
1.3    Rumusan Masalah .....	8
1.4    Tujuan Penelitian.....	8
1.5    Batasan Masalah.....	9
1.6    Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1    Rangkuman Teori .....	11
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2    Pengertian Merek .....	11
2.1.3    Pengertian Brand Image (Citra Merek).....	12
2.1.4    Dimensi Brand Image .....	13
2.1.5    Minat Beli .....	14
2.1.6    Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	15

2.1.7	Peneliti Terdahulu .....	16
2.2	Kerangka Pemikiran .....	20
2.3	Hipotesis Penelitian .....	20
2.4	Ruang Lingkup Penelitian .....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Jenis Penelitian .....	22
3.1.1	Jenis Data .....	22
3.2	Variabel Operasional .....	23
3.2.1	Skala Pengukuran.....	27
3.3	Tahapan Penelitian .....	28
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.4.1	Populasi .....	29
3.4.2	Sampel.....	30
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.6	Alat Ukur Penelitian .....	32
3.6.1	Uji Validitas .....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	36
3.7	Teknik Analisis Data .....	38
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	38
3.7.2	Uji Normalitas .....	40
3.7.3	Koefisien Determinasi (R Square) .....	41
3.8	Pengujian Hipotesis .....	42
3.9	Uji t (Uji Parsial) .....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		44
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
4.2.1	Uji Validitas .....	49
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	52
4.3	Teknik Analisa Data .....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	53

4.3.2 Analisis Deskriptif Minat Beli .....	55
4.4.3 Uji Normalitas.....	57
4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	59
4.5 Uji t.....	60
4.6 Koefisien Determinasi .....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran .....	63
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	63
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN.....	67