

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.1.1 Sejarah Perusahaan	14
1.1.1 Profil Perusahaan	14
1.1.3 Logo Perusahaan	15
1.1.4 Visi dan Misi	15
1.1.5 Produk dan Layanan	15
1.2 Latar Belakang Masalah	18
1.3 Rumusan Masalah	24
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5 Batasan Penelitian	24
1.6 Kegunaan Penelitian	25
1.7 Sistematika Penulisan	25
BAB II LANDASAN TEORI	27
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 Pemasaran	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran	27

2.1.3 Brand.....	28
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	29
2.1.5 Bauran Pemasaran.....	29
2.1.6 Ekuitas Merek	30
2.1.7 <i>Brand Personality</i>	29
2.1.8 Dimensi <i>Brand Personality</i>	30
2.1.9 Minat Beli	32
2.1.10 Dimensi Minat Beli.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	46
3.2.1 Operasional Variabel	40
3.2.2 Skala Pengukuran.....	45
3.3 Tahapan Penelitian.....	46
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel	47
3.5 Teknik Sampling.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.1 Sumber Data.....	49
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.7 Teknik Pengelolaan Data	51
3.7.1 Uji Validitas	51
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.7.3 Uji Normalitas.....	52
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1 Analisis Deskriptif	54

3.8.2 Regresi Linier Sederhana	56
3.9 Uji Hipotesis	53
3.9.1 Uji F Simultan.....	57
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	59
4.1.1 Jenis Kelamin.....	59
4.1.2 Usia	60
4.1.3 Pekerjaan.....	60
4.1.4 Pendapatan	61
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.3 Analisis Deskriptif	66
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1 Uji Normalitas.....	64
4.5 Regresi Linier Sederhana.....	73
4.6 Uji F.....	74
4.8 Koefisien Determinasi	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	77
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	82