

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	11
3.2 Kerangka Pemikiran.....	35
3.3 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2 Alat Pengumpulan Data	38
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.2 Hasil Penelitian	62
4.3 <i>Second Order Confirmatory Factor Analysis</i>	72
4.3.3 Kecocokan Model	79

4.3.4	Pengujian Hipotesis	80
4.4	Pembahasan Hasil penelitian.....	82
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	97
1.	Pendahuluan	119
2.	Dasar Teori dan Kerangka Pemikiran	119
2.1	Manajemen Pemasaran	119
2.2	Perilaku Konsumen	119
2.4	Sikap Merek.....	119
2.5	Iklan	119
2.6	<i>Brand ambassador</i>	119
2.7	Minat beli	119
2.8	Kerangka Pemikiran.....	119
3.	Metodologi Penelitian	120
3.1	Populasi dan Sampel	120
3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	120
3.3	Teknik Analisis Data.....	122
4.	Hasil dan Pembahasan	122
4.1	Analisis Statistik Deskriptif	122
5.	Kesimpulan dan Saran	125
6.	Referensi	127