

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Profil Produk.....	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
1.7 Waktu dan Periode.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek)	11
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	11
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i> (Duta Merek)	12
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.6 Minat Beli.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15

2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4	Hipotesis Penelitian	32
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	35
3.2.1	Variabel Operasional	35
3.2.2	Skala Pengukuran.....	39
3.3	Tahapan Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1	Populasi	40
3.4.2	Sampel	40
3.5	Sumber Data	42
3.5.1	Data Primer	42
3.5.2	Data Sekunder.....	42
3.6	Pengumpulan Data	42
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.7.1	Uji Validitas	43
3.7.2	Uji Reliabilitas	45
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.8.1	Analisis Data.....	46
3.8.1.1	Analisis Deskriptif	47
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.2.1	Uji Normalitas	48
3.8.2.2	Uji Multikolinearitas.....	49
3.8.2.3	Uji Heteroskedastisitas	49
3.8.3	Metode Regresi Linear Berganda	49
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	50
3.8.4.1	Uji Parsial (Uji T)	50
3.8.4.2	Uji Simultan (Uji F).....	50
3.8.4.3	Uji Determinasi (R^2)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Karakteristik Responden	52

4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Scarlett	52
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Analisis Data Deskriptif.....	55
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1	Uji Normalitas	65
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	66
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	67
4.4	Regresi Linear Berganda	67
4.5	Analisis Hipotesis	68
4.5.1	Uji Parsial (Uji T)	68
4.5.2	Uji Simultan (Uji F).....	70
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.6	Pembahasan	71
4.6.1	<i>Brand Image</i> Scarlett	71
4.6.2	<i>Brand Ambassador</i> Scarlett	73
4.6.3	Minat Beli Scarlett	73
4.6.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	74
4.6.5	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	75
4.6.6	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Akademik	77
5.2.2	Saran Teoritis	77
5.2.3	Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		84