

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	3
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
Pemasaran	14
2.1.2 <i>Brand</i>	15
2.1.3 <i>Brand</i> Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	15
2.1.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	20
2.1.5 Minat Beli Konsumen	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Konsumen	37
2.3.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Konsumen	37

2.4	Hipotesis Penelitian.....	38
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
2.5.1	Variabel Penelitian.....	39
2.5.2	Lokasi dan Obyek Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.1	Operasional Variabel.....	40
3.2.2	Skala Pengukuran.....	43
3.3	Tahapan Penelitian.....	44
3.4	Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Pengumpulan Data.....	45
3.5.1	Data Primer.....	46
3.5.2	Data Sekunder.....	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.1	Uji Validitas.....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8	Teknik Analisis Data.....	50
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	51
3.8.2	Analisis Regresi Linier Ganda.....	51
3.9	Pengujian Hipotesis.....	51
3.9.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F).....	52
3.9.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T).....	52
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Data Penelitian.....	54
4.2	Deskripsi Variabel.....	54
4.2.1	Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	54
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	55
4.2.3	Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen.....	56

4.3 Hasil Penelitian.....	57
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.2 Teknik Analisis Data	60
4.3.3 Uji Hipotesis	61
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	64
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	65
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan brand awareness terhadap minat beli konsumen.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	71