

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk.....	1
1.1.2 Perluasan Unilever Indonesia.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Visi dan Misi	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	13
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Kegunaan Penelitian.....	21
1.5.1 Kegunaan Teoritis	21
1.5.2 Kegunaan Praktis	21
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	22
1.7 Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	24
2.1.1 Pemasaran	24
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	25

2.2	Merek (Brand).....	26
2.2.1	Pengertian Merek	26
2.3.1	Fungsi Merek	26
2.4.1	Elemen Merek	27
2.3	Brand Image	27
2.3.1	Pengertian Brand Image	27
2.3.2	Dimensi Brand Image	28
2.4	Produk	29
2.4.1	Pengertian Produk	29
2.4.2	Tingkat Produk.....	30
2.4.3	Klasifikasi Produk.....	30
2.4.4	Kualitas Produk.....	31
2.4.5	Dimensi Kualitas Produk	32
2.5	Pengertian Minat Beli	33
2.5.1	Dimensi Minat Beli	33
2.6	Rangkuman Teori.....	34
2.7	Penelitian Terdahulu	35
2.8	Kerangka Pemikiran.....	50
2.9	Hipotesis Penelitian.....	55
3.	Ruang Lingkup Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN		56
3.1	Jenis Penelitian.....	56
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	56
3.2.1	Operasional Variabel.....	56
3.2.2	Skala Pengukuran.....	59
3.3	Populasi dan Sampel	60
3.3.2	Sampel.....	61

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5	Uji Validitas dan Reabilitas	62
3.5.1	Uji Validitas	62
3.5.2	Uji Reliabilitas	64
3.6	Teknik Analisis Data.....	65
3.6.1	Analisis Deskriptif	65
3.6.2	Method Of Successive Interval (MSI)	67
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.6.4	Uji Regresi Linier Berganda	69
3.6.5	Uji Hipotesis	70
3.6.6	Koefisien Determinasi.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Karakteristik Responden	72
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	73
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	74
4.2	Hasil Penelitian	75
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	75
4.2.2	Method Successive Interval (MSI)	89
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	90
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	95
4.2.5	Uji Hipotesis	96
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X1).....	100
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	102
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	104
4.3.4	Hasil Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran.....	111
5.2.1 Bagi Perusahaan	111
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	117