

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan Nature Republic.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Gambaran Umum Nature Republic Aloe Vera Gel	2
1.1.4 Nature Republic Indonesia.....	4
1.1.5 Macam – Macam Produk Nature Republic.....	5
1.1.6 Logo Perusahaan.....	8
1.1.7 Struktur Organisasi	8
1.2 Latar Belakang	8
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Praktis	16
1.5.2 Aspek Teoritis.....	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Rangkuman Teori	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2 Brand Image	20
2.2.1 Pengertian Brand Image.....	20

2.2.2 Faktor Merek.....	21
2.2.3 Dimensi Brand Image	22
2.3 Brand Ambassador	22
2.3.1 Pengertian Brand Ambassador.....	22
2.3.2 Manfaat Brand Ambassador	23
2.3.3 Dimensi Brand Ambassador	23
2.4 Minat Beli.....	23
2.4.1 Pengertian Minat Beli	23
2.4.2 Dimensi Minat Beli.....	24
2.4.3 Indikator Minat Beli.....	25
2.5 Hubungan Antar Variabel	25
2.5.1 Hubungan Antara Brand Ambassador terhadap Minat Beli	25
2.5.2 Hubungan Antara Brand Image terhadap Minat Beli	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran	41
2.8 Hipotesis Penelitian.....	44
2.9 Ruang Lingkup Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Operasional Variabel.....	46
3.3 Skala Pengukur.....	53
3.4 Tahapan Penelitian	54
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.5.1 Populasi.....	54
3.5.2 Sampel	54
3.6 Pengumpulan Data	56
3.6.1 Data Primer	56
3.6.2 Data Sekunder.....	56
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.2 Uji Reliabilitas	59
3.8 Teknik Analisis Data	60
3.8.1 Analisis deskriptif.....	60
3.8.2 Method of Succesive Interval (MSI)	61
3.9 Uji Asumsi Klasik	61

3.9.1 Uji Normalitas.....	62
3.9.2 Uji Multikolinieritas	62
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	62
3.9.4 Analisis Regresi Linier	62
3.9.5 Uji Hipotesis	63
BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Pengumpulan Data	65
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Membeli Skincare Dalam Sebulan.....	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Pemakaian Nature Republic	68
4.3 Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 Analisis Deskriptif	69
4.3.2 <i>Method of Successive Internal (MSI)</i>	80
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.3.5 Uji Hipotesis	86
4.5 Pembahasan Hasil penelitian.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	92
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96