

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	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 Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Mie Gacoan.....	1
1.1.2 Logo Mie Gacoan	1
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.1.4 Produk Mie Gacocan	2
1.2 Latar belakang	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan teori	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Citra Merek	19
2.1.3 Label	22
2.1.4 Minat Beli	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Hipotesis Penelitian	45
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Operasional Variabel.....	49
3.3 Skala Pengukuran	53
3.4 Tahapan Penelitian	54
3.5 Populasi dan Sampel	56

3.5.1 Populasi.....	56
3.5.3 Pengumpulan Data	58
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	59
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.2 Uji Reabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Deskriptif	62
3.7.2 Method Successive Interval	64
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.7.5 Uji Hipotesis	67
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	68
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Pengumpulan Data	70
4.2 Karakteristik Responden	70
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	71
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
4.3 Analisis Tanggapan Responden	73
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	74
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Label.....	77
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	80
4.4 Methods Successive Interval (MSI).....	83
4.5 Uji Asumsi klasik.....	83
4.5.1 Uji Normalitas	83
4.5.2 Uji Multikolinearitas	84
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	85
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.7 Uji Hipotesis	88
4.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	88
4.7.2 Uji Hipotesis Secara Stimultan (Uji F).....	88
4.8 Koefisien Determinasi.....	89
4.9.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	92
4.9.2 Pengaruh Label Terhadap Minat Beli.....	93

4.9.3 Pengaruh Citra Merek dan Label terhadap Minat Beli.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran bagi perusahaan	96
5.2.2 Saran bagi peneliti	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	xii