

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Observasi.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Brand	11
2.1.3 Brand Awareness.....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Variabel Operasional	20
3.2 Skala Operasional.....	22
3.3 Tahapan Penelitian	23

3.4	Populasi dan Sampel	24
3.4.1	Populasi	24
3.4.2	Sampel.....	25
3.5	Pengumpulan Data	26
3.5.1	Sumber Data.....	26
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	26
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.6.1	Uji Validitas	27
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	30
3.7.2	Uji Normalitas	32
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	33
3.8	Uji Hipotesis	34
BAB IV	PEMBAHASAN	36
4.1	Gambaran Umum Profil Responden.....	36
4.2	Analisis Deskriptif.....	40
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3.1	Uji Validitas	44
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.3.3	Uji Normalitas	47
4.3.4	Analisis Regresi Sederhana	48
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	53
5.2.1	Bagi Perusahaan	53
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	54
	DAFTAR PUSTAKA	55