

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Aspek Teoritis	7
1.5.2 Aspek Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 <i>Brand</i>	8
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	8
2.1.4 Minat Beli	10
2.1.5 <i>New Wave</i>	11
2.2 Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Internet di Era <i>New Wave</i>	13
2.3 Penelitian Terdahulu	14
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
2.5 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	20
3.2.1 Variabel Operasional	21
3.2.2 Skala Pengukuran	22

3.3	Tahapan Penelitian	23
3.4	Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1	Populasi	25
3.4.2	Sampel	26
3.5	Pengumpulan Data.....	27
3.5.1	Sumber Data	27
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.6.1	Uji Validitas.....	28
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	33
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.7.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	35
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.4	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	36
3.8	Pengujian Hipotesis	36
3.8.1	Uji t	36
3.8.2	Koefisiensi Determinasi	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Pengumpulan Data.....	38
4.1.1	Deskripsi Responden	38
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	39
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	39
4.2.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	45
4.2.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	45
4.2.4	Uji Hipotesis.....	47
4.2.5	Koefisien Determinasi	47
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1	Kesimpulan.....	52

5.2	Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	54