

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1    Profil Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.2    Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2    Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3    Rumusan Masalah</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4    Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.5    Manfaat Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.5.1    Manfaat Teoritis</b> .....	<b>10</b>
<b>1.5.2    Manfaat Praktis</b> .....	<b>11</b>
<b>1.6    Waktu dan Periode Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.7    Sistematika Penulisan</b> .....	<b>12</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1    Tinjauan Teori</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1.1    Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1.2    Brand (Merek)</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.3    Brand Awareness (Kesadaran Merek)</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.4    Brand Image (Citra Merek)</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.5    Minat Beli</b> .....	<b>19</b>

2.1.6	Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli.....	21
2.1.7	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
2.3	Kerangka Pemikiran .....	31
2.4	Hipotesis Penelitian .....	32
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	33
3.2.1	Operasional Variabel.....	33
3.2.2	Skala Pengukuran .....	37
3.3	Tahapan Penelitian.....	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.6.1	Uji Validitas .....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2	Uji Asumsi Klasik .....	47
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
3.8	Pengujian Hipotesis .....	48
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	48
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	49
3.8.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	51
4.2	Karakteristik Responden .....	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	54
4.3	Hasil Penelitian .....	54
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	55
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	67
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	70
4.3.4	Uji Hipotesis.....	71
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	76
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli .....	76
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli .....	77
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli .	78
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	80
5.2.2	Saran Bagi Perusahaan .....	80
5.2.3	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>82</b>
<b>Lampiran .....</b>		<b>86</b>