

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Manfaat Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Individual Personality</i>	19
2.1.2 <i>Brand Personality</i>	20
2.1.3 <i>Corporate Personality</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Variabel <i>Individual Personality</i> dengan <i>Customer Preference</i>	33
2.3.2 Pengaruh Variabel <i>Brand Personality</i> dengan <i>Customer Preference</i>	33
2.3.3 Pengaruh Variabel <i>Corporate Personality</i> dengan <i>Customer Preference</i>	34
2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Penelitian	40
3.3.2 Data Primer.....	41
3.3.3 Data Sekunder	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Kuesioner	42
3.4.2 Studi Pustaka	43

3.5 Metode Analisis Data.....	43
3.5.1 Analisis Angka Indeks	44
3.5.2 Uji Kualitas Data	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.5.5 Uji Goodness of Fit	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.2. Analisis Data	56
4.2.1 Uji Kualitas Data	56
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	59
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	59
4.4. Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1 Uji Normalitas.....	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas	69
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.6 Uji Hipotesis (<i>Goodness of Fit</i>)	72
4.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	72
4.6.2 Uji Parsial (Uji T)	73
4.6.3 Koefisien Determinasi R^2	75
4.7 Pembahasan	77
4.7.1 Pengaruh <i>Individual Personality</i> terhadap <i>Customer Preference</i>	77
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Customer Preference</i>	77
4.7.3 Pengaruh <i>Corporate Personality</i> terhadap <i>Customer Preference</i>	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis	80
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	81
5.2 Implikasi Penelitian.....	82
5.2.1 Implikasi Teoritis	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Saran.....	84
5.4.1 Saran untuk Perusahaan	84
5.4.2 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	88
LAMPIRAN	93