

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	17
2.1.2 Kualitas Pesan Iklan.....	20
2.1.3 Kualitas Produk.....	21

2.1.4 Sikap terhadap Merek (<i>Brand Attitude</i>).....	23
2.1.5 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	24
2.1.6 Minat Beli	25
2.2 Hubungan antar Variabel yang Diteliti	28
2.2.1 Hubungan Kualitas Pesan Iklan dengan <i>Brand Image</i>	28
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Brand Image</i>	28
2.2.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Attitude</i>	29
2.2.4 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Attitude</i>	30
2.2.5 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli	31
2.2.6 Hubungan <i>Brand Attitude</i> dengan Minat Beli	31
2.3 Penelitian Terdahulu	32
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5 Dimensi Operasional Variabel	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.1.2 Definisi Operasional	43
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Data.....	46
3.3.2 Sumber Data	46

3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.4.1 Angket.....	47
3.4.2 Studi Kepustakaan	48
3.5 Metode Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Responden	56
4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	56
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	57
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pengeluaran tiap Bulan.....	58
4.2 Hasil Analisis	58
4.2.1 Analisis SEM	58
4.3 Pengujian Hipotesis	79
4.4 Pembahasan	83
4.5 Proses Meningkatkan Minat Beli dari Hasil Pengujian Hipotesis	89
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Implikasi Teoritis	96
5.3 Implikasi Manjerial	100
5.4 Keterbatasan Penelitian	104
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108