

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1 Model Bisnis	11
2.1.2 <i>Corporate Branding</i>	12
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	15
2.1.3 Ekuitas Merek	20
2.1.4 Kegiatan Promosi	22
2.1.5 Teori Adopsi Inovasi.....	24
2.1.6 Minat Beli	29
2.2. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	29

2.2.1	Ekuitas Merek dan Hubungannya Dengan Adopsi Inovasi	30
2.2.2	Kegiatan Promosi dan Hubungannya dengan Adopsi Inovasi	30
2.2.3	Adopsi Inovasi dan Hubungannya dengan Minat Beli	31
2.3	Penelitian Terdahulu.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian	35
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1	Jenis Data	40
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1	Kuesioner (Angket).....	41
3.4.2	Studi Pustaka.....	42
3.5	Metode Analisis Data	42
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	42
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	43
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	52
4.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Profesi.....	52
4.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili	53
4.1.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan	55

4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.3	Analisis Hasil Penelitian	59
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.3.2	Analisis Hasil Struktur 1	62
4.3.3	Analisis Hasil Struktur 2.....	70
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB V PENUTUP.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Implikasi Manajerial.....	85
5.3	Keterbatasan	86
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		92
Lampiran A : Kuesioner Penelitian.....		93
Lampiran B : Tabulasi Data		100