

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Konsep Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Minat Beli	20
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	24
2.1.5 Desain Kemasan Produk	28
2.1.6 Daya Tarik Iklan	30
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Hubungan Desain Kemasan Produk dan <i>Brand Awareness</i>	37
2.3.2 Hubungan Daya Tarik Iklan dan <i>Brand Awareness</i>	39
2.3.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan Minat Beli	41
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.5 Dimensionalisasi dan Pengukuran Variabel	43
2.5.1 Variabel Desain Kemasan Produk	43
2.5.2 Variabel Daya Tarik Iklan	44
2.5.3 Variabel <i>Brand Awareness</i>	45
2.5.4 Variabel Minat Beli	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Variabel Penelitian	48
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	49
3.2.1 Populasi	49

	3.2.2 Sampel	49
	3.3 Jenis dan Sumber Data	51
	3.4 Metode Pengumpulan Data	52
	3.4.1 Kuesioner	52
	3.4.2 Uji Validitas	53
	3.4.3 Uji Reliabilitas	54
	3.5 Metode Analisis Data	54
	3.5.1 Analisis Data Kuantitatif	55
	3.5.2 Angka Indeks	55
	3.6 Uji Asumsi Klasik	56
	3.6.1 Uji Normalitas	56
	3.6.2 Uji Multikolonieritas	57
	3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	57
	3.7 Analisis Regresi Berganda	58
	3.8 Uji <i>Goodness of Fit</i>	59
	3.8.1 Koefisien Determinasi (R^2)	59
	3.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	59
	3.8.3 Uji Parsial (Uji t)	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	62
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
	4.2 Gambaran Umum Responden	66
	4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
	4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	67
	4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
	4.3 Analisis Angka Indeks	69
	4.3.1 Analisis Angka Indeks Variabel Desain Kemasan Produk	69
	4.3.2 Analisis Angka Indeks Variabel Daya Tarik Iklan	71
	4.3.3 Analisis Angka Indeks Variabel <i>Brand Awareness</i>	73
	4.3.4 Analisis Angka Indeks Variabel Minat Beli	76
	4.4 Analisis Data dan Pembahasan	78
	4.4.1 Analisis Uji Validitas	78
	4.4.2 Analisis Uji Reliabilitas	79
	4.5 Uji Asumsi Klasik	80
	4.5.1 Uji Normalitas	80
	4.5.2 Uji Multikolonieritas	85
	4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	86
	4.6 Analisis Regresi Berganda	88
	4.6.1 Analisis Regresi Berganda I	89
	4.6.2 Analisis Regresi Berganda II	90

	4.7 Uji <i>Goodness of Fit</i>	92
	4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
	4.7.2 Uji Statistik F	93
	4.7.3 Uji Statistik t	95
	4.8 Pengujian Hipotesis	97
	4.8.1 Hipotesis Pertama (H1)	97
	4.8.2 Hipotesis Kedua (H2)	98
	4.8.3 Hipotesis Ketiga (H3)	109
BAB V	PENUTUP	100
	5.1 Simpulan	100
	5.2 Keterbatasan	102
	5.3 Saran	103
	5.3.1 Implikasi Kebijakan	103
	5.3.2 Agenda Penelitian Mendatang	106
	DAFTAR PUSTAKA	107
	LAMPIRAN	111