

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan Tesis	iii
Motto dan Persembahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Promosi <i>Above the Line</i>	13
2.1.4 Promisi <i>Below the Line</i>	15
2.1.5 Mutu Produk	16
2.2 Identifikasi Kebijakan	18
2.2.1 Identifikasi Minat Beli	18
2.2.2 Identifikasi Kebijakan Brand Image	18
2.2.3 Identifikasi Kebijakan Promosi <i>Above the Line</i>	24
2.2.4 Identifikasi Kebijakan Promosi <i>Below the Line</i>	29
2.2.5 Identifikasi Kebijakan Mutu Produk	35

2.3	Model Penelitian Empirik	40
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis dan Sumber Data	41
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4	Metode Analisis Data	44
3.4.1	Pengujian Validitas dan Realibilitas	44
3.4.2	Uji Normalitas Data	47
3.4.3	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	47
3.4.4	Uji Analisis	48
3.4.5	Uji Hipotesis	50
3.4.6	Koefisien Determinan	51
BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1	Pendahuluan	52
4.2	Deskripsi Umum Obyek Penelitian	52
4.3	Deskripsi Umum Responden	53
4.4	Analisis Deskriptif	55
4.5	Analisis Inferensial	65
4.6	Uji Kelayakan Model	69
4.7	Uji Pengaruh Kausalitas	71
4.8	Kesimpulan	75
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1	Ringkasan Penelitian	76
5.2	Kesimpulan Hipotesis	78
5.3	Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian	80
5.4	Implikasi Teoritis	85
5.5	Implikasi Manajerial	88
5.6	Keterbatasan Penelitan	92
5.7	Penelitian Yang Akan Datang	93

DAFTAR PUSTAKA