

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	viii
ABSTARCK	ix
ABSTRACK	x
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	7
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	7
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	7
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	7
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Bagi Peneliti.....	8
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	8
1.5.3 Bagi Perguruan Tinggi	8
1.6 Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Minat Beli.....	11
2.1.1	Pengertian Minat Beli.....	11
2.1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen .	12
2.1.3	Indikator Minat Beli	13
2.2	<i>Brand Awareness</i>	14
2.2.1	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	14
2.2.3	Indikator <i>Brand Awareness</i>	15
2.3	<i>Brand Image</i>	16
2.3.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	16
2.3.1	Manfaat <i>Brand Image</i>	17
2.3.2	Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.4	Penelitian Terdahulu.....	18
2.5	Kerangka Pemikiran	21
2.6	Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Sumber data.....	25
3.2.1	Data Primer	25
3.3	Metode Pengumpulan Data	26
3.4	Populasi dan Sampel	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel.....	27
3.5	Variabel Penelitian	28
3.6	Definisi Operasional Variabel	29
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	30
3.7.1	Uji Validitas	30
3.7.2	Uji Reabilitas.....	31
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	31

3.8.1 Uji Normalitas	31
3.8.2 Uji Linearitas	31
3.8.3 Uji Homogenitas	32
3.8.4 Uji Multikolinearitas	33
3.9 Metode Analisis Data	33
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.10 Pengujian Hipotesis	34
3.10.1 Uji t.....	34
3.10.2 Uji F	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif.....	37
4.2 Deskriptif Objek Penelitian	37
4.3 Deskriptif Jawaban Responden	38
4.4 Hasil Pengujian Persyaratan Analisis Instrumen.....	42
4.4.1 Hasil Uji Validitas	42
4.4.2 Hasil Uji Reabilitas	43
4.5 Uji Persyaratan Analisis Data.....	45
4.5.1 Uji Normalitas	45
4.5.2 Uji Linearitas.....	46
4.5.3 Uji Homogenitas.....	46
4.5.4 Uji Multikolinearitas	47
4.6 Metode Analisis Data	48
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	49
4.7.1 Hasil Uji Signifikan (Uji T).....	49
4.7.2 Hasil Uji Signifikan (Uji F).....	50
4.8 Pembahasan.....	51
4.8.1 Pengaruh Signifikan (Uji T).....	51

4.8.2 Pengaruh Signifikan (Uji F)	52
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	53
----------------------	----

5.2 Saran	53
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra survey Konsumen Produk Emina	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Tabel 3.1 Skala Likert	26
Tabel 3.2 Tabel Kriteria Pengambilan Sampel	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.3 Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1).....	37
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	39
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel ,Minat Beli (Y).....	40
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> (X1)	42
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	42
Tabel 4.8 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	43
Tabel 4.9 Koefisien Product Moment.....	44
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.12 Uji Linearitas.....	46
Tabel 4.13 Uji Homogenitas	46
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.16 Uji T	49
Tabel 4.17 Uji F	50