

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Hipotesis Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Manajemen	17
1. Pengertian Manajemen	17
B. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	18
1. Pengertian Pemasaran	18
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	19
C. Brand (Merek).....	19
D. Brand Image (Citra Merek)	20
1. Pengertian Brand Image	20
2. Komponen Brand Image	20

3. Dimensi Brand Image.....	21
E. Brand Ambassador	23
1. Pengertian Brand Ambassador	23
2. Karakteristik Brand Ambassador	23
3. Manfaat Brand Ambassador.....	24
4. Dimensi Brand Ambassador.....	25
F. Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	26
1. Pengertian Electronic Word of Mouth (e-WOM)	26
2. Dimensi Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	27
G. Minat Beli (Purchase Intention)	28
1. Pengertian Minat Beli.....	28
2. Indikator Pengukuran Minat Beli Konsumen.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Metode Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	31
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Sumber Data	33
1. Data Primer (Primary Data)	33
2. Data Sekunder (Secondary Data)	34
E. Jenis Data	34
1. Data Kualitatif	34
2. Data Kuantitatif	34
F. Variabel Penelitian	34
1. Variabel bebas (Independent variable).....	34
2. Variabel terikat (dependent variable).....	34
G. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Koesioner	37
2. Wawancara	38
3. Dokumentasi.....	38

H. Uji Instrumen Penelitian	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
I. Uji Analisis Data.....	40
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Regresi Linier Berganda	41
J. Pengujian Hipotesis.....	42
1. Uji Statistik t (Uji Signifikansi Individual).....	42
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	43
3. Koefisien Determinasi Regresi (R ²)	44
K. Jadwal dan Lokasi Penelitian	45
1. Jadwal Penelitian.....	45
2. Lokasi Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Deskripsi Data Produk.....	47
1. Sejarah Singkat Nature Republic	47
2. Visi dan Misi Perusahaan	49
3. Gambaran Umum Produk.....	49
B. Deskripsi Data Responden.....	50
C. Pengujian Penelitian	50
1. Analisis Statistik Deskriptif	50
D. Uji Instrumen Penelitian	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas.....	74
E. Uji Analisis Data.....	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	76
F. Uji Hipotesis.....	77
1. Hasil Uji t (Parsial).....	77
2. Hasil Uji F (Simultan)	79
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

G. Pembahasan Hasil Penelitian	80
1. Pembahasan Deskripsi.....	80
2. Pembahasan Asosiatif	85
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92

