

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kerangka Pemikiran.....	11
G. Penelitian Terdahulu	13
H. Hipotesis Penelitian	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Manajemen.....	19
B. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	21
C. <i>Brand</i> (Merek)	22
D. <i>Brand Ambassador</i>	23
E. Elemen-elemen <i>Brand Ambassador</i>	24
F. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	26

G.	Elemen-elemen <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	27
H.	Minat Beli (<i>Purchase Interntion</i>).....	32
BAB III	35
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	35
A.	Metode Penelitian	35
B.	Populasi dan Sampel Data	36
C.	Sumber Data.....	38
D.	Variabel Penelitian.....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.	Analisis Deskriptif Statistik	45
G.	Uji Instrumen Penelitian	46
H.	Uji Asumsi Klasik.....	48
I.	Analisis Regresi Liner Berganda	51
J.	Pengujian Hipotesis	52
I.	Koefisien Determinasi (<i>R</i>²).....	54
J.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN	57
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	57
B.	Pengolahan Data Responden.....	58
C.	Analisis Deskriptif Statistik	63
D.	Uji Instrumen Penelitian	66
E.	Uji Asumsi Klasik.....	69
F.	Analisis Regresi Linear Berganda	74
G.	Uji Hipotesis	75
H.	Koefisien Determinasi (<i>R</i>²).....	79
I.	Pembahasan.....	80
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92

