

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v	
ABSTRAK	vi	
ABSTRACT	viii	
KATA PENGANTAR	x	
DAFTAR ISI	xii	
DAFTAR GAMBAR	xv	
DAFTAR TABEL	xvi	
BAB I		
PENDAHULUAN		
1.1. Latar Belakang	1	
1.2. Rumusan Masalah	8	
1.3. Tujuan Penelitian	9	
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	9	
1.5. Manfaat Penelitian	10	
BAB II		
LANDASAN TEORI		11
2.1. Kajian Pustaka	11	
2.1.1. Pemasaran	11	
2.1.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	14	
2.1.3. Merek	15	
2.1.4. Kesadaran Merek	20	
2.1.5. Adopsi Merek	23	
2.1.6. Persepsi	28	
2.2. Penelitian Sebelumnya	32	
2.3. Paradigma Penelitian	36	

2.4. Hipotesis Penelitian	36
---------------------------------	----

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	38
3.2. Identifikasi Variabel	39
3.3. Definisi Operasional Variabel	40
3.4. Jenis dan Sumber Data	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data	48
3.6. Teknik Penarikan Sampel	49
3.6.1. Populasi	49
3.6.2. Sampel	50
3.7. Teknik Analisis Data	51
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	51
3.7.2. Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	51
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.8.1. Uji Normalitas	54
3.8.2. Uji Multikolinieritas	54
3.8.3. Heterokedastisitas	55
3.9. Pengujian Hipotesis	56

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian	59
4.2. Karakteristik Responden	60
4.3. Analisis Model dan Pembuktian Hipotesis	62
4.3.1. Uji Validitas	62
4.3.2. Uji Realibilitas	64
4.3.3. Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.3.4. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	68
4.3.5. Uji Asumsi Klasik	76

4.4. Pembahasan	80
BAB V	
PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88

