

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN TEORI	
A. Landasan Teori	9
1. Minat Beli	9
2. Pensponsoran	13
3. Kesadaran Merek	20
4. Citra Merek	22
B. Telaah Penelitian Terdahulu	28
C. Hubungan Antar Variabel	30
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
3. Teknik Sampling	37

4. Besaran Sampel.....	38
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	39
1. Jenis Data.....	39
2. Metode Pengumpulan Data.....	39
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	40
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	40
2. Variabel Bebas (<i>Dependent Variable</i>).....	40
3. Variabel Intervening.....	40
E. Definisi Operasional Variabel	41
F. Skala Pengukuran Variabel	44
G. Uji Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	47
H. Metode Analisis Data.....	48

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	51
1. Karakteristik Responden.....	51
2. Analisis Deskriptif Persepsi Responden terhadap Variabel Penelitian	57
B. Analisis Kuantitatif	60
1. Analisis Jalur.....	60
2. Hasil Uji Hipotesis.....	71
C. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh Pensponsoran terhadap Minat Beli	73
2. Pengaruh Pensponsoran terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kesadaran Merek	74
3. Pengaruh Pensponsoran terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Citra Merek	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	86
----------------------	-----------