

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I: PENDAHULUAN.....	13
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Merek (Brand).....	14
2. Kolaborasi merek (co-branding)	16
2. Citra Merek (brand image)	20
3. Kesadaran Merek	22
3. Keputusan Pembelian	27
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Pengaruh Antar Variabel	37
D. Kerangka Konseptual	41
E. Hipotesis Penelitian	42
BAB III: METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Obyek dan Waktu Penelitian	44
C. Populasi Penelitian.....	45
D. Sampel dan Teknik Sampel	45
E. Jenis dan sumber data	47
F. Prosedur pengambilan data	47
G. Klasifikasi variabel penelitian	48
H. Definisi operasional variabel	49
I. Skala pengukuran variabel	53
J. Uji instrumen penelitian.....	54
K. Metode analisis data	57
L. Uji Hipotesis	59

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisis Deskriptif.....	62
B. Analisis Kuantitatif	72
C. Pembahasan	77
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. KESIMPULAN	82
B. SARAN.....	82
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90