

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.4 Tinjauan Pustaka	5
1.4.1 Kajian Teoritis.....	5
1.4.2 Kajian Empiris	24
1.4.3 Kerangka Pemikiran.....	36
1.4.4 Hipotesis	37
1.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	39
1.5.1 Definisi Konsep.....	39
1.5.2 Definisi Operasional.....	40
1.6 Metode Penelitian.....	44
1.6.1 Jenis Penelitian.....	44
1.6.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
1.6.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	45
1.6.4 Sumber Data.....	45
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.6.6 Skala Pengukuran.....	46
1.6.7 Populasi, Sample dan Teknik Sampling.....	46

1.6.8	Uji Instrumen Penelitian	48
1.6.9	Teknik Analisis Data.....	50
BAB II.....		55
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		55
2.1	Sejarah Pendirian Perusahaan	55
2.2	Logo Perusahaan	57
2.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	59
2.4	Produk Aqua	59
2.5	Struktur Organisasi Perusahaan	62
BAB III		63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
3.1	Karakteristik Responden	63
3.2	Uji Instrumen	63
3.2.1	Uji Validitas	64
3.2.2	Uji Reliabilitas	65
3.3	Analisis Data Hasil Penelitian.....	66
3.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	66
3.3.2	Analisis Statistik Inferensial	84
3.4	Pengujian Hipotesis.....	91
3.5	Pembahasan.....	95
3.5.1	Pengaruh Iklan (X) terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	95
3.5.2	Pengaruh Iklan (X) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	96
3.5.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> (Z) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	97
3.5.4	Pengaruh Iklan (X) Terhadap Minat Beli Ulang (Y) melalui <i>Brand Image</i> (Z)	98
3.6	Keterbatasan penelitian	99
BAB IV		101
PENUTUP.....		101
4.1	Kesimpulan	101
4.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		108