

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kajian Pustaka	10
1.5.1 Kajian Teori.....	10
1.5.2 Kajian Empiris	24
1.6 Hubungan Antar Variabel	46
1.6.1 Pengaruh Aksi Boikot terhadap Brand Image	46
1.6.2 Pengaruh Aksi Boikot terhadap Minat Beli.....	46
1.6.3 Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	46
1.7 Kerangka Pemikiran	47
1.8 Hipotesis Penelitian	48
1.9 Model Hipotesis.....	48
1.10 Definisi Konsep dan Operasional,	49
1.10.1 Definisi Konsep	49
1.10.2 Definisi Operasional	50
1.11 Metode Penelitian.....	54

1.11.1	Jenis Penelitian	54
1.11.2	Objek Penelitian.....	54
1.11.3	Sumber Data	55
1.11.4	Teknik Pengumpulan Data.....	56
1.11.5	Skala Pengukuran Data.....	56
1.11.6	Populasi.....	57
1.11.7	Sampel	57
1.11.8	Teknik Sampling	58
1.11.9	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
1.11.10	Teknik Analisis Data	61
BAB II.....		63
GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN		63
2.1	Tentang McDonald's.....	63
2.1.1	McDonald's Internasional	63
2.1.2	McDonald's Indonesia	63
2.2	Identitas Brand McDonald's.....	64
2.2.1	Logo	64
2.2.2	Tagline.....	67
2.2.3	Mascot.....	68
2.3	Produk dan Fasilitas McDonald's.....	69
2.3.1	Produk McDonald's	69
2.3.2	Fasilitas McDonald's.....	71
BAB III		74
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		74
3.1	Hasil Uji Instrumen	74
3.1.1	Uji Validitas.....	75
3.1.2	Uji Reliabilitas	77
3.2	Karakteristik Responden.....	77
3.2.1	Jenis Kelamin.....	78
3.2.2	Angkatan	78
3.3	Teknik Analisis Data.....	79
3.3.1	Analisis Deskriptif	79
3.3.2	Analisis Diferensial.....	117
3.4	Pembahasan	130

3.4.1	Pengaruh Aksi Boikot terhadap Brand Image	130
3.4.2	Pengaruh Aksi Boikot terhadap Minat Beli.....	131
3.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	132
3.4.4	Pengaruh Aksi Boikot melalui Brand Image terhadap Minat Beli.....	133
BAB IV		135
PENUTUP		135
4.1	Kesimpulan.....	135
4.2	Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....		138
LAMPIRAN.....		143