

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 <i>Brand Image</i>	7
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	17
2.3 Hipotesis.....	19
BAB III. METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	21
3.2.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2.4 Populasi dan Sampel	26
3.3 Kerangka Analisis	27
3.3.1 Analisis Deskriptif	27
3.3.2 Metode <i>Succesive Interval</i>	30
3.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	30
3.4 Analisis Linier Berganda.....	31
3.5 Uji Hipotesis	32
3.5.1 Uji F (simultan).....	32
3.5.2 Uji t (Parsial).....	32
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34

4.1	Sejarah Mall Plaza Asia Tasikmalaya.....	34
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.3	Struktur Organisasi	35
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
5.1	Karakteristik Responden	40
5.2	<i>Brand Image</i> dan NCT Dream sebagai <i>Brand Ambassador</i> Pada Pembelian Mie instan sehat di Plaza Asia Tasikmalaya	43
	5.2.1 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	43
	5.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel NCT Dream sebagai <i>Brand Ambassador</i> (X2)	46
5.3	Keputusan Pembelian Pada Pembelian Mie instan sehat di Plaza Asia Tasikmalaya	50
5.4	Uji Hipotesis	55
	5.4.1 Uji F (Simultan)	55
	5.4.2 Koefisien Determinasi (R ²)	55
	5.4.3 Uji t (parsial)	56
BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN.....		58
6.1	Simpulan	58
6.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		63
RIWAYAT HIDUP.....		77

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Rata-rata Penjualan Mie instan sehat di Tasikmalaya.....	4
2.	Data Penjualan Mie instan sehat di Plaza Asia Tasikmalaya.....	5
3.	Penelitian Terdahulu	15
4.	Tahapan dan Waktu Penelitian.....	20
5.	Operasionalisasi Variabel	23
6.	Skor Alternatif Jawaban.....	27
7.	Interval Penilaian Butir Kuesioner.....	29
8.	Interval Penilaian Indikator Kuesioner	29
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Keluarga.....	42
14.	Indikator Kekuatan Asosiasi Merek.....	43
15.	Indikator Kesukaan Asosiasi Merek	44
16.	Indikator Keunikan Asosiasi Merek.....	45
17.	Total Skor Variabel Brand Image (X1).....	46
18.	Indikator Visibility (Popularitas)	46
19.	Indikator Credibility (Keterampilan)	47
20.	Indikator Attraction (Daya Tarik)	48
21.	Indikator Power (Kekuatan).....	49
22.	Total Skor Variabel NCT Dream sebagai Brand Ambassador (X2).....	49
23.	Indikator Pengenalan Masalah	50
24.	Indikator Pencarian Informasi.....	51
25.	Indikator Evaluasi Alternatif.....	52
26.	Indikator Keputusan Pembelian	53
27.	Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	53
28.	Total Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
29.	Uji F	55
30.	Koefisien Determinasi (R ²)	56

31. Uji t	56
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Bagan Kerangka Pemikiran.....	19
2.	Struktur Organisasi Plaza Asia Tasikmalaya	35

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Peta Plaza Asia Kota Tasikmalaya.....	64
2.	Karakteristik Responden	65
3.	Jawaban Responden	67
4.	Hasil Metode Succesive Interval.....	71
5.	Uji Asumsi Klasik.....	74
6.	Uji Hipotesis	75
7.	Dokumentasi Kegiatan	76