

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 <i>Brand Personality</i>	8
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Keputusan Pembelian	14
2.4 Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	17
3.2 Objek Dan Subjek Penelitian	17
3.3 Populasi Dan Sampel.....	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19

3.4.1 Data Sekunder.....	19
3.4.2 Data Primer	19
3.5 Metode Analisis Data	20
3.5.1 Uji Validitas	20
3.5.2 Uji Reliabilitas	20
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	21
3.5.4 Analisis Deskriptif Mean	22
3.5.5 Uji F ANOVA.....	22
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi	22
3.5.7 Uji Parsial t	23
3.6 Prosedur Penelitian	24
BAB IV	25
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.1.1 Sejarah Singkat Fore Coffee	25
4.1.2 Logo Fore Coffee	26
4.1.3 <i>Core Values</i> , Visi, dan Misi Fore Coffee.....	27
4.2 Karakteristik Responden	29
4.3 Uji Validitas	32
4.4 Uji Reliabilitas.....	32
4.5 Uji Asumsi Klasik	33
4.6 Analisis Deskriptif Mean.....	35
4.7 Uji F ANOVA	55
4.8 Uji Koefisien Determinasi	56
4.9 Uji Parsial t.....	58
BAB V.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	71