

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penulisan	4
BAB II GAMBARAN UMUM.....	5
2.1 Kondisi Umum	5
2.2 Sudi Literatur.....	5
2.2.1 Pemasaran	5
2.2.2 Manajemen Pemasaran	6
2.2.3 Konsep Pemasaran	7
2.2.4 Merek.....	8
2.2.5 Peranan Merek.....	9
2.2.6 Ekuitas Merek.....	10
2.2.6.1 Pengertian Ekuitas Merek.....	10
2.3 Minat Pembelian	19
2.3.1 Definisi Minat Pembelian	19



2.3.2 Minat dan Pengambilan Keputusan.....	21
2.4 Metodologi Penelitian	28
2.4.1 Variabel Penelitian.....	28
2.4.2 Jenis Penelitian	28
2.4.3 Teknik Pengambilan Data.....	31
2.4.4 Populasi dan Sampel.....	32
2.5 Definisi Operasional.....	34
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
3.1 Deskripsi Responden.....	36
3.2 Pengujian Data	37
3.3 Analisis Regresi Berganda	43
3.3.1 Tabel Model <i>Summary</i>	43
3.3.2 Uji T.....	43
3.3.3 Uji F.....	45
3.3.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	54
4.1 Kesimpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Laptop di Indonesia	3
Tabel 3. 1 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 3. 2 Usia Responden.....	37
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas	40
Tabel 3. 4 Uji Normalitas.....	41
Tabel 3. 5 Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 3. 6 Model Summary.....	43
Tabel 3. 7 Uji T	44
Tabel 3. 8 Uji F	46