

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
 BAB 1.....	 1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Secara Teoritis	5
1.4.2. Secara Praktis	5
 BAB 2.....	 6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.1.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Tinjauan Teori.....	7
2.2.1. Teori S-O-R.....	7
2.2.2. <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek).....	10
2.2.2.1. Dimensi <i>Brand Identity</i>	12
2.2.2.2. <i>Brand Identity</i> Terhadap Minat Beli	13
2.2.3. Minat Beli	14
2.2.3.1. Dimensi Minat Beli.....	14

2.2.3.2. Tahapan Minat Beli.....	15
2.2.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	15
2.2.4. Kerangka Pemikiran.....	18
2.2.5. Hipotesis.....	19
BAB 3.....	21
METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Objek Penelitian.....	22
3.3. Rencana Penelitian.....	22
3.3.1. Tempat Penelitian.....	22
3.3.2. Waktu Penelitian.....	22
3.4. Sumber Data.....	22
3.4.1. Populasi.....	23
3.4.2. Sampel.....	23
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.6.1. Validitas.....	26
3.6.2. Reliabilitas.....	31
3.7. Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	33
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.9. Teknik Analisis Data.....	35
BAB 4.....	37
HASIL PENELITIAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Mc Donald's Indonesia.....	37
4.1.1. Sejarah Mc Donald's Indonesia.....	37
4.1.2. Visi Mc Donald's Indonesia.....	37
4.1.3. Misi Mc Donald's Indonesia.....	37
4.2. Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.2.1. Data Karakteristik Responden.....	37
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel X (<i>Brand Identity</i>).....	40
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Y (Minat Beli).....	46
BAB 5.....	49
PEMBAHASAN.....	49
5.1. Hasil Pengujian Statistik.....	49
5.1.1. Hasil Mean.....	49
5.1.2. Uji Validitas.....	50
5.1.3. Uji Reliabilitas.....	51
5.1.4. Analisis Regresi Sederhana.....	52
5.1.5. Uji Koefisien.....	52
5.1.6. Uji Korelasi.....	53

5.2. Pembahasan.....	53
5.2.1. <i>Brand Identity</i>	53
5.2.2. Minat Beli	54
5.2.3. Pengaruh <i>Brand Identity</i> (Variabel X) Terhadap Minat Beli (Varibel Y)	54
5.2.4. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	55
BAB VI	57
PENUTUP.....	57
6.1. Kesimpulan	57
6.2. Saran.....	57
DAFTAR REFERENSI	59
Riwayat Hidup Penulis.....	63
Kuesioner Penelitian	64
Tabel Induk	66
Hasil Uji Validitas <i>Brand Identity</i> (X).....	68
Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	69
Hasil Uji Reliabilitas.....	70