

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teoritis	9
2.1.1 Teori Stimulus-Respon (SR).....	9
2.2 Landasani Konsep	10
2.2.1 Merek	10
2.2.2 Citra Merek	11
2.2.3 Minat Beli	13
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	

3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian	27
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.4 Definisi Operasional.....	29
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.5.2 Waktu Penelitian	31
3.6 Teknik Pemilihan Populasi dan Sampel.....	32
3.6.1 Populasi.....	32
3.6.2 Sampel.....	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.8.1 Uji Validitas	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	37
3.9 Teknik Analisis Data.....	37
3.9.1 Uji Koefisien dan Korelasi.....	37
3.9.2 Uji Regresi Linear Sederhana	38
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	39
3.9.4 Uji- Test	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Subjek / Objek Penelitian	41
4.1.1 Michael Kors	41
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian (Pengikut atau followers akun @shopatbanananina di Instagram).....	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Pre test.....	43
4.2.2 Main Test	46
4.3 Pembahasan.....	68
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Akademis	69
5.2.2 Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA	71
RIWAYAT HIDUP.....	75

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

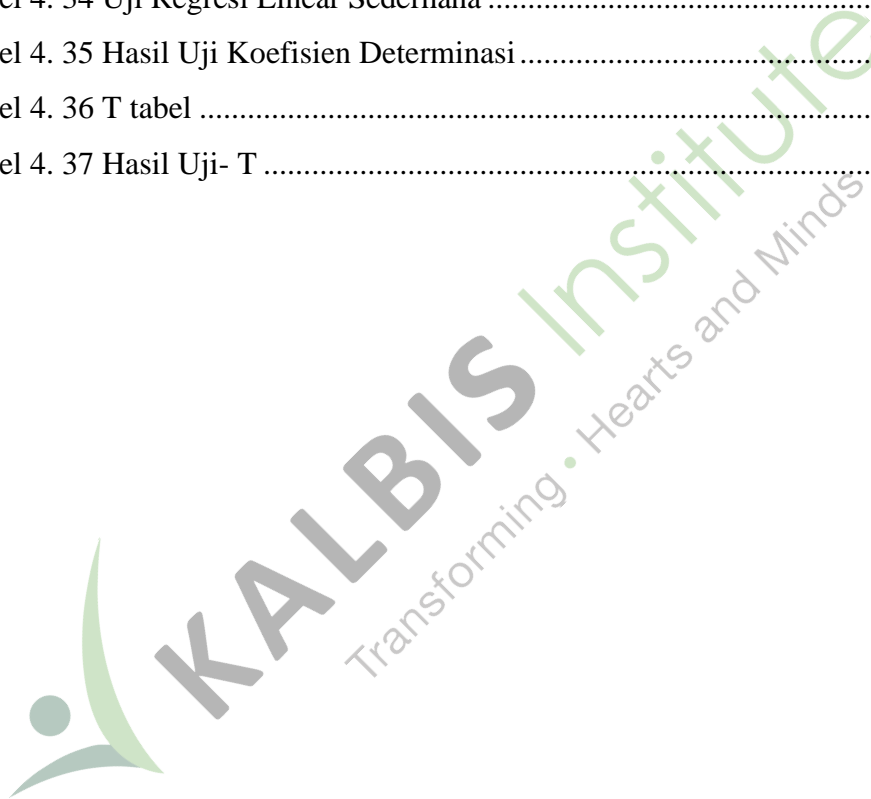
Gambar 1. 1 Michael Kors: Percentage of Retail Value Sales in the	4
Gambar 2. 1 Teori Stimulus Respon.....	9
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Logo Michael Kors.....	41
Gambar 4. 2 Profile Akun Instagram shopatbanananina	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	30
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian	31
Tabel 3. 3 Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Hasil Pre-test Uji Validitas Brand Image (X).....	44
Tabel 4. 2 Hasil Pre-test Uji Validitas Minat Beli (Y).....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)	46
Tabel 4. 5 Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 6 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 7 Pekerjaan/Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4. 8 Variabel X1	49
Tabel 4. 9 Variabel X2	49
Tabel 4. 10 Variabel X3	50
Tabel 4. 11 Variabel X4	51
Tabel 4. 12 Variabel X5	51
Tabel 4. 13 Variabel X6.....	52
Tabel 4. 14 Variabel X7.....	52
Tabel 4. 15 Variabel X8.....	53
Tabel 4. 16 Variabel X9	54
Tabel 4. 17 Variabel X10	54
Tabel 4. 18 Variabel X11	55
Tabel 4. 19 Variabel X12	55
Tabel 4. 20 Variabel Y1	56
Tabel 4. 21 Variabel Y2	57
Tabel 4. 22 Variabel Y3	57
Tabel 4. 23 Variabel Y4	58
Tabel 4. 24 Variabel Y5	58
Tabel 4. 25 Variabel Y6	59
Tabel 4. 26 Variabel Y7	60

Tabel 4. 27 Variabel Y8	60
Tabel 4. 28 Variabel Y9	61
Tabel 4. 29 Variabel Y10	62
Tabel 4. 30 Variabel Y11	62
Tabel 4. 31 Variabel Y12	63
Tabel 4. 32 Analisis Uji Korelasi	64
Tabel 4. 33 Tingkatan Korelasi	64
Tabel 4. 34 Uji Regresi Linear Sederhana	65
Tabel 4. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4. 36 T tabel	67
Tabel 4. 37 Hasil Uji- T	67



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	L1
LAMPIRAN B	L8
LAMPIRAN C	L19
LAMPIRAN D	L30
LAMPIRAN E	L32
LAMPIRAN F	L34
LAMPIRAN G	L35
LAMPIRAN H	L36
LAMPIRAN I	L37
LAMPIRAN J	L38



KALBIS Institute
Transforming • Hearts and Minds