

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Deskripsi Teori	14
1. Strategi Pemasaran	14
a. Pengertian Strategi	14
b. Pengertian Pemasaran	15
c. Pengertian Strategi Pemasaran	16
d. Macam Strategi Pemasaran	17
2. <i>Co-Branding</i>	22
a. Pengertian <i>Co-Branding</i>	22
b. Tingkatan <i>Co-Branding</i>	22
c. Macam-Macam <i>Co-Branding</i>	23
a. Manfaat <i>Co-Branding</i>	24
3. Merek	25
a. Pengertian Merek	25
b. Ruang Lingkup Penetapan Merek	26
4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian	31
b. Tahapan Proses Keputusan Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	32
c. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	33

B.	Penelitian Terdahulu	34
C.	Kerangka Berpikir.....	36
D.	Hipotesis.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	41
A.	Jenis dan Pendekatan.....	41
B.	Populasi dan Sampel	41
C.	Identifikasi Variabel.....	43
D.	Variabel Operasional.....	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	46
F.	Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A.	Hasil Penelitian	54
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
a.	Profil Azarine Cosmetic	54
b.	Sejarah Azarine Cosmetic.....	54
c.	Visi, dan Misi Azarine.....	55
d.	Varian Serum Azarine X Marvel	55
e.	Komparasi Sebelum dan Sesudah Co-branding.....	62
2.	Gambaran Umum Responden	63
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	64
a.	Uji Validitas	64
b.	Uji Reliabilitas	66
4.	Uji Analisis Deskriptif Data.....	67
a.	Brand Equity (X_1).....	68
b.	Brand Extension (X_2).....	69
c.	Brand Preference (X_3).....	69
d.	Purchase Intention (Y).....	69
5.	Uji Asumsi Klasik	70
a.	Uji Multikolonieritas	70
b.	Uji Heteroskedastisitas	72
c.	Uji Normalitas.....	72
6.	Analisis Regresi Berganda	74
a.	Koefisien Determinasi (R^2).....	75
b.	Uji F.....	76
c.	Uji t Parsial	77
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
1.	Pengaruh <i>Brand Equity</i> pada <i>Co-Branding</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	78

2.	Pengaruh <i>Brand Extension</i> pada <i>Co-Branding</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	79
3.	Pengaruh <i>Brand Preference</i> pada <i>Co-Branding</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	80
BAB V	PENUTUP	82
A.	Simpulan.....	82
B.	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT PENELITI		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Matriks Ansoff.....	18
Gambar 2. 2	Matriks BCG.....	19
Gambar 2. 3	Analisis Porter	20
Gambar 2. 4	Analisis MABA	21
Gambar 2. 5	Analisis Manfaat Risiko	22
Gambar 2. 6	Tahapan <i>Purchase Intention</i>	32
Gambar 2. 7	Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4. 1	Logo Azarine	54
Gambar 4. 2	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	55
Gambar 4. 3	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	56
Gambar 4. 4	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	56
Gambar 4. 5	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	57
Gambar 4. 6	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	57
Gambar 4. 7	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	58
Gambar 4. 8	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	59
Gambar 4. 9	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	59
Gambar 4. 10	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	60
Gambar 4. 11	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	60
Gambar 4. 12	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	61
Gambar 4. 13	Serum Azarine <i>X</i> Marvel.....	61
Gambar 4. 14	Uji Heteroskedastisitas.....	72
Gambar 4. 15	Hasil Uji Normalitas Histogram	73
Gambar 4. 16	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1	Populasi Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019-2020.....	42
Tabel 3. 2	Variabel Operasional.....	45
Tabel 3. 3	Skala Likert	47
Tabel 3. 4	Rentang Skala TCR.....	48
Tabel 4. 1	Komparasi <i>Co-branding</i>	62
Tabel 4. 2	Profil Responden.....	63
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Responden <i>Brand Equity</i>	64
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Responden <i>Brand Extension</i>	65
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Responden <i>Brand Preference</i>	65
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Responden <i>Purchase Intention</i>	65
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 8	Analisis Deskriptif Data	67
Tabel 4. 9	Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	74
Tabel 4. 11	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	76
Tabel 4. 12	Hasil Uji Statistik F.....	76