

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Pengertian Dan Indikator Inovasi	11
2.1.1 Pengertian Inovasi.....	11
2.1.2. Indikator Inovasi	13
2.2. Pengertian Dan Indikator <i>Brand Ambassador</i>	13
2.2.1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	13

2.2.2. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	15
2.3. Pengertian Dan Indikator Promosi	15
2.3.1. Pengertian Promosi	15
2.3.2. Indikator Promosi	17
2.4. Pengertian Dan Indikator <i>Brand image</i> (Citra Merek)	18
2.4.1. Pengertian <i>Brand image</i> (Citra merek)	18
2.4.2. Indikator <i>Brand image</i>	20
2.5. Pengertian Dan Indikator Keunggulan Bersaing	20
2.5.1. Pengertian Keunggulan Bersaing	20
2.5.2. Indikator Keunggulan Bersaing	22
2.6. Pengaruh Antar Variabel	23
2.6.1. Pengaruh Antara Inovasi Terhadap <i>Brand Image</i>	23
2.6.2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	23
2.6.3. Pengaruh Antara Promosi Terhadap <i>Brand Image</i>	24
2.6.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	25
2.6.5. Pengaruh Antara Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing	26
2.6.6. Pengaruh Antara Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing	26
2.7. Kerangka Pemikiran Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi	29
3.2.2. Sampel	30

3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1. Sumber Data.....	31
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	31
3.4. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	33
3.5. Teknik Analisis.....	34
3.5.1. Uji Instrumen	34
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	35
3.5.3. Pengujian Hipotesis.....	37
3.5.3.1 Uji t.....	39
3.5.3.2 Uji F	39
3.5.4. Koefisien Determinasi.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Responden.....	41
4.1.1 Jenis Kelamin.....	41
4.1.2 Umur Responden.....	41
4.1.3 Semester Responden	42
4.2 Analisis Kualitatif.....	43
4.2.1 Variabel Inovasi(X_1)	43
4.2.2 Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	45
4.2.3 Variabel Promosi (X_3).....	48
4.2.4 Variabel <i>Brand image</i> (Y_1)	50
4.2.5 Variabel Keunggulan Bersaing (Y_2)	52
4.3 Analisis Kuantitatif.....	54

4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	54
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	55
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.4 Path Analisis.....	58
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	60
4.3.6 Pengujian Hipotesis.....	61
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	65
4.4 Pembahasan	66
4.4.1 Inovasi, <i>Brand image</i> dan Keunggulan Bersaing.....	66
4.4.2 <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand image</i>	67
4.4.3 Promosi, <i>Brand image</i> dan Keunggulan Bersaing	68
4.4.4 <i>Brand image</i> dan Keunggulan Bersaing	69
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
5.3 Agenda Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Sabun Lux	7
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Umur Responden.....	42
Tabel 4.3 Semester Responden	42
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Inovasi (X_1).....	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel promosi (X_3)	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Brand image</i> (Y_1).....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keunggulan Bersaing (Y_2).	52
Tabel 4.9 Uji Validitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.12 Regresi Pengaruh Inovasi, Brand Ambassador, Promosi	58
Tabel 4.13 Regresi Pengaruh Inovasi, Promosi dan <i>Brand image</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas	56
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	77
Lampiran II Tabulasi.....	80
Lampiran III t Tabel.....	83
Lampiran IV Hasil Penghitungan SPSS.....	85