

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Tahapan Penelitian	10
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
1.7.1 Lokasi Penelitian	11
1.7.2 Waktu Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tinjauan Teori	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.2 Merek (<i>Brand</i>)	22

2.2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	23
2.2.4 Perilaku Konsumen	26
2.2.5 Keputusan Pembelian	27
2.2.6 Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.2.1 Subjek Penelitian	33
3.2.2 Objek Penelitian	34
3.3 Operasional Variabel.....	35
3.3.1 Definisi Konsep	35
3.3.2 Variabel Penelitian	37
3.3.3 Operasional Variabel	38
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.1 Uji Normalitas	50
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	51
3.8.1 Regresi Linier Sederhana	51
3.8.2 Koefisien Determinasi.....	52

3.8.3 Hipotesis Penelitian.....	52
3.8.3 Uji t (<i>t-test</i>).....	52
3.8.3 Analisis Deskriptif.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	56
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.2 Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Responden terhadap Brand Image <i>Smartphone</i> Xiaomi.....	58
4.2.2 Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Smartphone</i> Xiaomi.....	66
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.1 Uji Normalitas.....	75
4.3.2 Uji Heterokedastisitas.....	76
4.4 Teknik Analisis Data.....	77
4.4.1 Regresi Linier Sederhana.....	77
4.4.2 Koefisien Determinasi.....	78
4.4.3 Uji t (<i>t-test</i>).....	80
4.4.4 Hipotesis Penelitian.....	81
4.5 Pembahasan.....	82
4.5.1 Analisis Deskriptif.....	82
4.5.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	82
4.5.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	83
4.5.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	85

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Praktis.....	87
5.2.2 Saran Akademis.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	