

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	2
1.1.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum.	3
1.1.4 Produk dan Layanan .....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian <i>Brand</i> .....	13
2.1.3 Elemen <i>Brand</i> .....	14
2.1.4 Manfaat <i>Brand</i> .....	15

2.1.5 Manfaat <i>Brand</i> Bagi Konsumen.....	16
2.1.6 Pengertian <i>Image</i> .....	17
2.1.7 <i>Brand Image</i> .....	18
2.1.8 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	20
2.1.9 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan Proses Keputusan Konsumen .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	40
2.4 Hipotesis Penelitian .....	42
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	44
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran ..	44
3.2.1 Variabel Penelitian .....	44
3.2.2 Variabel Operasional.....	45
3.2.3 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Tahapan Penelitian .....	49
3.4 Populasi dan Sampel .....	52
3.4.1 Populasi .....	52
3.4.2 Sampel.....	52
3.4.3 Teknik Sampling .....	53
3.5 Pengumpulan Data .....	54
3.5.1 Data Primer .....	54
3.5.2 Data Sekunder .....	54
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Teknik Pengujian Data .....	55

3.6.1 Uji Validitas .....	55
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....	61
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	63
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	64
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	65
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	67
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan dan jurusan.....	69
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan ..	70
4.2 Hasil Penelitian.....	71
4.2.1 Analisa Deskriptif .....	71
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> (X).....	71
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian (Y) .....	77
4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....	81
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	81
4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	83
4.6 Uji Hipotesis.....	85
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	92
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b>	