

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA JEANS LEVI'S DI KOTA BANDUNG.....	i
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo perusahaan Levi Strauss	2
1.1.3 Produk jeans Levi's	3
1.2 Latar belakang penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan penelitian	16
1.6 Sistematika penulisan	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.2 Merek	19

2.2.1	Pengertian Merek	19
2.2.2	Manfaat Merek	20
2.3	Brand Image	21
2.3.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	21
2.3.2	Dimensi Brand Image	21
2.4	Keputusan Pembelian	22
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.4.2	Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.5	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian konsumen	25
2.6	Penelitian terdahulu	26
2.7	Kerangka Pemikiran	42
2.8	Hipotesis Penelitian	43
2.9	Ruang Lingkup penelitian	43
BAB III		44
METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasionalisasi Variabel	44
3.2.1	Variabel Independen (X)	45
3.2.2	Variabel Dependen (Y)	45
3.3	Skala Pengukuran	46
3.4	Tahap Penelitian	47
3.5	Populasi dan Sampel	49
3.5.1	Populasi	49
3.5.2	Sampel	49
3.6	Pengumpulan Data	50

3.6.1	Data Primer	50
3.6.2	Data sekunder	51
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.7.1	Uji Validitas	52
3.7.2	Uji Reliabilitas	55
3.8	Teknik Analisis Data	57
3.8.1	Analisis Deskriptif	57
3.8.2	Uji Methods Succesive Internal (MSI)	59
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	60
3.8.4	Regresi Linier Sederhana	61
3.9	Pengujian Hipotesis	62
3.9.1	Uji t	62
3.9.2	Koefisien Determinasi (R^2)	63
DAFTAR PUSTAKA		90
Lampiran 1. Lembaran kuesioner		95