

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1. 1 Profil Perusahaan.....	1
1.1. 2 Produk-Produk Perusahaan.....	2
1.1. 3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1. 4 Logo Perusahaan.....	3
1. 2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1. 3 Perumusan Masalah	7
1. 4 Pertanyaan Penelitian	9
1. 5 Tujuan Penelitian.....	9
1. 6 Manfaat Penelitian.....	9
1. 7 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.7. 1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	10
1.7. 2 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
1. 8 Sistematika Tugas Akhir	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2. 1 Landasan Teori	12
2.1. 1 Pemasaran	12
2.1. 2 Merek.....	15
2.1. 3 Citra Merek.....	16
2.1. 4 Produk	17
2.1. 5 Kualitas Produk	19
2.1. 6 Keputusan Pembelian	21
2.1. 7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.1. 8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.1. 9 Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2. 2 Penelitian Terdahulu.....	28
2. 3 Kerangka Pemikiran	44
2. 5 Ruang Lingkup Penelitian	45
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 47
3. 1 Karakteristik Penelitian	47
3. 2 Alat Pengumpulan Data.....	48
3.2. 1 Operasional Variabel	48
3. 3 Tahapan Penelitian	58
3. 4 Populasi dan Sampel.....	59
3.4. 1 Populasi	59
3.4. 2 Sampel	59
3. 5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	61
3.5. 1 Jenis Data.....	61
3.5. 2 Teknik Pengumpulan Data	62
3. 6 Validitas dan Reabilitas	62
3.6. 1 Uji Validitas.....	62
3.6. 2 Uji Reabilitas	65

3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	66
3.7.1	Teknik Analisis Data	66
3.7.2	Methods Succesive Interval (MSI).....	67
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	68
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.7.5	Pengujian Hipotesis	70
3.7.6	Koefisien determinasi (R^2).....	71
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Analisis Karakteristika Responden.....	72
4.1.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.1.2	Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Eiger .	74
4.1.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia	74
4.1.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
4.1.5	Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Store yang Sering Dikunjungi	76
4.2	Analisis Tanggapan Responden.....	77
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	77
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	80
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	88
4.3	<i>Method Succesive Interval</i> (MSI).....	94
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	98
4.4.3	Pengujian Hipotesis	100
4.4.4	Koefisien Determinasi.....	101
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran	106

5.2.1 Saran Praktis	106
5.2.2 Saran Teoritis.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
DAFTAR LAMPIRAN.....	111