

## Daftar Isi

Daftar Isi.....	ii
Daftar Tabel .....	v
Daftar Gambar.....	vi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	11
1.4    Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	13
2.1.1    Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2    Merek ( <i>Brand</i> ).....	15
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.4    Perilaku Konsumen .....	20
2.1.5    Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6    Hubungan antara Brand Image dengan Keputusan Pembelian .....	25
2.2    Penelitian Terdahulu.....	29
2.2.1    Penelitian berdasarkan Sumber Skripsi.....	29
2.3    Kerangka Pemikiran .....	38
2.4    Hipotesis Penelitian .....	39

2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	39
BAB III	.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	.....	40
3.1	Jenis Penelitian .....	40
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	40
3.2.1	Variabel Operasional.....	40
3.2.2	Skala Pengukuran.....	48
3.3	Populasi dan Sample .....	49
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sample.....	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.5.1	Uji Validitas .....	51
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	54
3.6	Teknik Analisis Data .....	56
3.6.1	Uji <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	56
3.6.2	Analisis Data Deskriptif.....	57
3.6.3	Uji Normalitas.....	58
3.6.4	Koefisien Determinasi.....	58
3.6.5	Analisis Korelasi Person .....	59
3.6.6	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	60
3.6.7	Uji Hipotesis .....	61
BAB IV	.....	63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	.....	63
4.1	Karakteristik Responden .....	63

4.2	Hasil Penelitian.....	64
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Xpander.....	64
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) Mobil MPV Xpander.....	79
4.2.3	Uji Normalitas.....	92
4.2.4	Koefisien determinasi.....	94
4.2.5	Analisis Korelasi Person Product Moment.....	94
4.2.6	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	95
4.2.7	Uji Hipotesis.....	97
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.3.1	Variabel <i>Brand Image</i> (X).....	98
4.3.2	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	100
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
BAB V.....		104
SIMPULAN DAN SARAN.....		104
5.1	Simpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
5.2.1	Bidang Akademis.....	105
5.2.2	Bidang Praktis.....	105
Daftar Pustaka.....		106
LAMPIRAN.....		109