

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Gambaran Umum Ultra Milk .....	1
1.1.2 Visi Dan Misi PT Ultrajaya Milk .....	1
1.1.3 Logo perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Identifikasi Masalah .....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian .....	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	18
2.2 Pemasaran .....	18
2.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.4 <i>Brand</i> (Merek).....	20
2.5 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
2.5.1 Dimensi <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
2.6 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.7 Keputusan Pembelian.....	23

2.7.1 Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.7.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.7.3 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dan Keputusan Pembelian.....	25
2.8 Penelitian Terdahulu.....	25
2.9 Kerangka Pemikiran.....	42
2.10 Hipotesis Penelitian.....	44
2.11 Ruang Lingkup Penelitian.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 50**

3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	50
3.2.1 Variabel Operasional.....	50
3.2.2 Skala Pengukuran.....	54
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	55
3.3 Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel.....	55
3.3.3 Teknik Sampling.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1 Data Primer.....	57
3.4.2 Data Skunder.....	57
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	58
3.5.1 Uji Validitas.....	58
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.6.2 Regresi Linier Sederhana.....	63
3.6.3 Analisis Korelasi.....	63
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.6.5 Uji Hipotesis.....	65
3.6.6 Uji T.....	65
3.7 Uji Koefisien Determinasi.....	66

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 67**

4.1 Pengumpulan Data .....	67
4.2 Karakteristik Responden .....	67
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Responden Jenis Kelamin.....	67
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Responden Usia .....	68
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Responden Asal Daerah.....	68
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Responden Pembelian Dalam Satu Bulan ....	69
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Responden Anggota Keluarga yang Mengonsumsi .....	70
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Responden Pengeluaran Sebulan Untuk Membeli Susu Cair UHT Ultra Milk.....	71
4.2 Hasil Penelitian .....	72
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	73
4.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Ultra Milk .....	78
4.2.3 Methods of Successive Internal (MSI) .....	84
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	84
4.2.5 Analisis Korelasi.....	87
4.2.6 Regresi Linier Sederhana.....	88
4.2.7 Pengujian Hipotesis (uji t) .....	89
4.2.8 Koefisien Determinasi .....	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.3.1 Variabel Brand Image.....	91
4.3.2 Variabel Keputusan Pembelian .....	92
4.3.3 Hubungan Antara Variabel Brand Image dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Bagi Instansi .....	96
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	