

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	16
1.1.1 Profil Perusahaan.....	16
1.1.2 Logo	16
1.2 Latar Belakang	16
1.2 Identifikasi Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Kegunaan Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Rangkuman Teori.....	26
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	26
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	26
2.1.3 Bauran Pemasaran	27
2.1.4 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	28
2.1.5 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	28
2.1.6 Dimensi-Dimensi Brand Image	29
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.8 Dimensi Keputusan Pembelian.....	30
2.1.9 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2 Penelitian Terdahulu	33

2.3	Kerangka Pemikiran	42
2.4	Hipotesis Penelitian.....	45
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	48
3.2.1	Variabel Operasional	48
3.2.2	Skala Pengukuran	50
3.3	Tahapan Penelitian	52
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data	54
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	55
3.6.1	Uji Validitas	55
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.7	Teknik Analisis Data	59
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	59
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	62
3.8	Uji Asumsi klasik	62
3.8.1	Uji Normalitas	63
3.8.2	Uji Heterokedastisitas.....	63
3.9	Pengujian Hipotesis.....	64
3.9.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	64
3.9.2	Uji Hipotesis Parsial (Uji-t).....	64
3.9.3	Koefisien Determinasi	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Pengumpulan Data	67
4.2	Karakteristik Responden	67
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	71

4.3	Hasil Penelitian	71
4.3.2	Analisis Deskriptif.....	71
4.3.2	Method Of Succesive Interval (MSI).....	95
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	96
4.3.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
4.3.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	99
4.3.6	Koefisien Determinasi	99
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	105
5.2.1	Bagi Perusahaan	105
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		111