

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	17
1.1.1 Profil Erigo	17
1.1.1 Produk Erigo Apparel	19
1.2 Rumusan Masalah	35
1.3 Tujuan Penelitian.....	35
1.4 Kegunaan Penelitian.....	35
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	36
1.5.1 Lokasi dan Objek Penelitian	36
1.5.2 Waktu dan Periode Penelitian	36
1.6 Sistematika Penulisan.....	36
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	38
2.1 Landasan Teori.....	38
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran	38
2.1.2 Definisi <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	38
2.1.3 Definisi <i>Brand image</i>	39

2.1.4 Dimensi <i>Brand image</i>	39
2.1.5 Definisi <i>Media Communication</i>	40
2.1.6 Definisi <i>Media Communication Marketing</i>	40
2.1.7 Dimensi <i>Media Communication Marketing</i>	41
2.1.8 Definisi <i>Process Purchase Decision</i>	42
2.1.9 Dimensi <i>Process Purchase Decision</i>	43
2.1.10 Tujuan <i>Brand Image, Media Communication Marketing</i> dan <i>Process Purchase Decision</i>	44
2.1.11 Hubungan <i>Media Communication Marketing</i> dengan <i>Brand image</i> ...	46
2.1.12 Hubungan <i>Brand image</i> dengan <i>Process Purchase Decision</i>	47
2.1.13 Hubungan <i>Media Communication Marketing</i> dengan <i>Process Purchase Decision</i>	47
2.2 Penelitian Terdahulu	48
2.3 Kerangka Pemikiran	69
2.4 Hipotesis Penelitian	70
2.5 Waktu Penelitian dan Batasan Penelitian	70
BAB III METODE PENELITIAN	72
3.1 Jenis Penelitian	72
3.2 Variabel	72
3.2.1 Operasional Variabel	73
3.2.2 Indikator Penelitian	75
3.3 Tahapan Penelitian	75
3.4 Populasi dan Sampel	77
3.4.1 Populasi	77
3.4.2 Sampel	77
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	79

3.5.1 Pengumpulan Data.....	79
3.5.2 Sumber Data	79
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3.6.1 Uji Validitas.....	79
3.6.2 Uji Reliabilitas	82
3.7 Teknik Analisis Data	84
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	84
3.8 Metode Analisa Data	87
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	87
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	87
3.8.3 Koefisien Determinasi	90
3.9.1 Pengujian Hipotesis	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	94
4.1 Karakteristik Responden	94
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	95
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	95
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	96
4.2 Hasil Penelitian.....	97
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	97
4.2.2 Uji Validitas.....	102
4.2.3 Uji Reabilitas	104
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	105
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.2.6 Analisis Determinasi.....	110
4.2.7 Uji F	111

4.2.8 Uji t.....	111
4.3 Pembahasan	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
5.2.1 Saran Bagi Erigo Apparel.....	116
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
Daftar Lampiran	122