

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	22
1.7 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. Landasarn Teori.....	24
2.2.1. Pemasaran	24
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	25
2.2.3. Marketing Mix	25
2.2.4. Promotion Mix (Bauran Promosi).....	26
2.2.5. Advertaising (Iklan)	28
2.2.6. <i>Brand Imgae</i> (Citra Merek).....	31
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	33
2.2.8. Hubungan Iklan terhadap Keputusan Pembelian	35
2.2.9. Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2. Penelitian Terdahulu.....	37
2.3. Kerangka Pemikiran	47
2.4. Hipotesis Penelitian	48
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Variabel Oprasional Dan Skala Pengukuran	49

3.2.1	Variabel Penelitian	49
3.2.2	Skala Pengukuran.....	57
3.3	Tahapan Penelitian	58
3.4	Populasi Dan Sampel.....	59
3.4.1	Populasi.....	59
3.4.2	Sampel.....	59
3.4.3	Teknik Sampling	60
3.5	Sumber Data	61
3.6	Teknik Pengumpulan Data	61
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas.....	62
3.7.1	Uji Validitas	62
3.7.2	Uji Reliabilitas	63
3.8	Teknik Analisis Data	64
3.8.1	Analisis Deskriptif	64
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.3	Regresi Linier Berganda	67
3.8.4	Pengujian Hipotesis	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1	Karakteristik Responden	70
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	74
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	75
4.2	Hasil Penelitian.....	76
4.2.1	Uji Validitas	76

4.2.2	Uji Reliabelitas	77
4.2.3	Analisis Deskriptif	78
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	88
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	92
4.2.6	Uji F	94
4.2.7	Uji t	94
4.2.8	Uji Koefisien Determinasi	95
4.3	Pembahasan	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	100
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	100
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	101
DAFTAR PUSTAKA		102