

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Logo perusahaan Compass.....	2
1.1.2. Produk Compass	2
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Tujuan penelitian	13
1.5. Kegunaan Penelitian	13
1.5.1. Aspek teoritis	13
1.5.2. Aspek Praktis	13
1.6. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.2. Kualitas Produk.....	18
2.1.3. Merek	21
2.1.4. Citra Merek	22
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.1.7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.8. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	28
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis Penelitian	40
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1. Operasional Variabel	43
3.2.2. Skala pengukuran.....	45
3.2.3. Tahapan Penelitian.....	46

3.3.	Populasi dan Sampel	46
3.3.1.	Populasi	46
3.3.2.	Sampel	47
3.4.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	48
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.2.	Jenis Data	49
3.5.	Validitas dan Reabilitas.....	49
3.6.	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1.	Statistik Deskriptif.....	52
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	54
3.6.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.6.4.	Pengujian Hipotesis	56
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1.	Karakteristik Responden	59
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	60
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.	Hasil Penelitian	62
4.2.1.	Analisis Statistik Deskriptif	62
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.2.4.	Uji Hipotesis	72
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.3.1.	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass	74
4.3.2.	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass.....	75
4.3.3.	Pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass.....	75
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	77
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN.....	82