

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</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>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
-------------------	----------

<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
-------------------------	----------

1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1	Profil Perusahaan .....	1
1.1.2	Logo Perusahaan.....	2
1.1.3	Produk Brodo .....	2
1.2	Latar Belakang.....	5
1.3	Rumusan Masalah.....	16
1.4	Tujuan Penelitian .....	16
1.5	Kegunaan Penelitian .....	16

<b>BAB II .....</b>	<b>18</b>
---------------------	-----------

<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
-------------------------------	-----------

2.1	Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1	Pengertian Pemasaran .....	18
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3	Pengertian Citra merek .....	20
2.1.4	Tujuan-tujuan Merek .....	21
2.1.5	Dimensi Citra Merek .....	21
2.1.6	Kualitas produk.....	24
2.1.7	Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Kualitas Produk .....	25
2.1.8	Dimensi Kualitas Produk .....	26

2.1.9	Keputusan pembelian.....	29
2.1.10	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	30
2.1.11	Dimensi Keputusan Pembelian.....	31
2.1.12	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Penelitian Terhadulu .....	34
2.3	Kerangka Pemikiran .....	44
2.4	Hipotesis Penelitian .....	45
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	46
<b>BAB III.....</b>		<b>47</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	47
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.1	Operasionalisasi Variabel .....	48
3.2.2	Skala Pengukuran .....	52
3.3	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel .....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1	Sumber Data .....	54
3.5	Teknik Pengujian data .....	55
3.5.1	Uji Validitas.....	55
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	57
3.6	Teknik Analisis Data .....	59
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	59
3.6.2	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	61
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3.6.5	Pengujian Hipotesis .....	63
<b>BAB IV .....</b>		<b>66</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>66</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	66
4.1.1	Karakteristik Repsonden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67

4.1.3	Karakteristik Repsonden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	69
4.2	Hasil Penelitian .....	69
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	69
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
4.2.4	Uji Hipotesi.....	86
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
4.3.1	Variabel Citra Merek .....	88
4.3.2	Variabel Kualitas Produk.....	89
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	89
4.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Brodo .....	90
4.3.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Brodo.....	91
4.3.6	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Brodo .....	91
<b>BAB V.....</b>		<b>93</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>93</b>
5.1	Kesimpulan .....	93
5.2	Saran .....	93
5.2.1	Saran bagi Perusahaan .....	93
5.2.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>100</b>