

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Citra Perusahaan	7
1. Memahami Citra	9
2. Peran Citra Bagi Perusahaan	11
3. Proses Pembentukan Citra	12
B. Karakteristik dan Klasifikasi Produk	14
C. Pengembangan Produk	15
1. Kategori Merek	16
2. Karakteristik dari sebuah Merek yang Efektif	16
D. Citra Merek	17
E. Perilaku Konsumen	21
F. Keputusan Pembelian Konsumen	22
1. Pentingnya Memahami Model Keputusan Pembelian Konsumen	24
2. Tipe-tipe Keputusan Konsumen	25
3. Model Pengambilan Keputusan	26
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Pengembangan Hipotesis	28
1. Hubungan Citra Perusahaan dengan Keputusan Pembelian	28
2. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	30
I. Kerangka Berpikir	31

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	33
	A. Jenis Penelitian	33
	B. Definisi Konseptual	33
	C. Definisi Operasional	34
	D. Populasi dan Sampel Penelitian	35
	E. Sumber Data	36
	F. Teknik Pengumpulan Data	36
	G. Skala Pengukuran	37
	H. Pengujian Instrumen Penelitian	37
	1. Uji Validitas Kuisisioner	37
	2. Uji Reliabilitas	39
	I. Uji Asumsi Klasik	39
	1. Uji Normalitas	40
	2. Uji Multikolinieritas	40
	3. Uji Heteroskedastisitas	40
	J. Teknik Analisis Data	41
	1. Analisis Deskriptif	41
	2. Analisis Inferensial	41
	a. Uji Regresi Linier Berganda	41
	b. Uji Hipotesis	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
	A. Gambaran Umum Perusahaan	45
	B. Karakteristik Responden	47
	C. Uji Asumsi Klasik	49
	1. Uji Multikolinearitas	49
	2. Uji Heteroskedastisitas	50
	3. Uji Normalitas	51
	D. Analisis Inferensial	52
	1. Uji Regresi Linear Berganda	52
	2. Uji Hipotesis	53
	E. Pembahasan	56
	1. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian	56
	2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	58
	3. Pengaruh Citra Perusahaan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	63
	A. Kesimpulan	63
	B. Saran	64
	1. Bagi Perusahaan	64
	2. Bagi Peneliti Selanjutnya	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasional Variabel	34
Tabel 3.2.	Pemberian Bobot Nilai untuk Variabel Penelitian	37
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan	47
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4.	Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.5.	Koefisien Regresi Citra Perusahaan dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2) Citra Perusahaan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.7.	Tabel Uji t	54
Tabel 4.8.	Tabel Uji F Pengaruh Citra Perusahaan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Pembentukan Citra	12
Gambar 2.2.	Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	23
Gambar 2.3.	Langkah dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	27
Gambar 2.4.	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1.	Gambar Grafik <i>Scatterplot</i>	50
Gambar 4.2.	Gambar Grafik Normal Plot	51