

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS	12
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Ekuitas Merek	15
2.3 Pengertian Merek	18
2.4 Pengertian Citra	21
2.5 Pengertian Citra Merek	22
2.6 Kualitas Produk	28
2.6.1 Hal-hal Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	28

2.6.2 Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	29
2.7 Keputusan Pemberian Merek	30
2.8 Proses Keputusan Pembelian	31
2.9 Elemen-elemen Dasar Pembuat Keputusan	36
2.10 Perilaku Pembelian	37
2.11 Kerangka Pemikiran	38
2.12 Hipotesis	42
III. METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	44
3.3 Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Jenis Penelitian	46
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Kuesioner	46
3.5.2 Dokumentasi	47
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian.....	50
3.8 Uji Instrumen Penelitian	51
3.8.1 Uji Validitas	51
3.8.2 Uji Reabilitas	54

3.9 Teknik Analisis Data	56
3.9.1 Analisis Kuantitatif	56
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.10 Pengujian Hipotesis	57
3.10.1 Uji F	57
3.10.2 Uji t	57
3.11 Analisis Kualitatif	58
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.2 Karakteristik Responden	62
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.3 Analisis Deskriptif Responden	64
4.3.1 Analisis Responden Atas Variabel Citra Merek	64
4.3.2 Analisis Responden Atas Variabel Kualitas Produk	70
4.3.2 Analisis Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	77
4.4 Analisa Pengaruh	81
4.4.1 Uji F (Simultan)	82
4.4.2 Uji t (Parsial)	84
4.5 Pembahasan	86
4.5.1 Pengaruh Citra Merek (X1)	87
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2)	88

4.6 Pengaruh Variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) Secara Bersama-sama	89
4.7 Implikasi Manajerial	90
V. Kesimpulan Dan Saran	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN