

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Kerangka Berpikir	15
1.6 Hipotesis.....	22
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Merek.....	23
2.2 Peranan Merek.....	24
2.3 Konsep – Konsep Merek	27
2.4 Manfaat Merek.....	29
2.5 Ekuitas Merek.....	30
2.6 Putusan - Putusan Merek	35
2.7 Citra Merek.....	42
2.8 Perilaku Konsumen.....	48
2.9 Keputusan Pembelian	51
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	56
3.2 Jenis dan Sumber Data	56
3.3 Metode Pengumpulan Data	57
3.4 Metode Penentuan Sempel.....	58

3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	59
3.6	Uji Validitas	62
3.7	Uji Reliabilitas	62
3.8	Metode Analisis Data	63
	3.8.1 Analisis Kuantitatif	63
	3.8.2 Analisis Kualitatif	64
	3.8.2 Pengujian Hipotesis	65

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	67
	4.1.1 Uji Validitas	67
	4.1.2 Uji Reliabilitas	69
4.2	Karakteristik Konsumen	69
	4.2.1 Tabulasi Jenis Kelamin dan Usia	70
	4.2.2 Tabulasi Usia dan Profesi	71
	4.2.3 Tabulasi Profesi dan Pengeluaran	72
4.3	Analisis Kualitatif	73
	4.3.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Konsumen	73
4.4	Analisis Kuantitatif	83
	4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	83
	4.4.2 Pengujian Hipotesis Statistik Peubah Secara Bersama-sama	85
	4.4.3 Pengujian Hipotesis secara Parsial.....	86

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	91
5.2	Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN