

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2 Citra Merek.....	10
2.3 Keputusan Pembelian	15
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4.1 Kerangka Pemikiran	17
2.4.2 Hipotesis	21
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.5.1 Variabel Penelitian	26
3.5.2 Definisi Operasional.....	26
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Analisis Kualitatif.....	31
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	31

3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.7.2.2 Uji t.....	33

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	34
4.2 Pelaksanaan Survei.....	40
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.3.1 Uji Validitas Dengan Analisis Faktor Variabel.....	40
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.4 Tabulasi Hasil Respon.....	43
4.5 Hasil Analisis.....	52
4.5.1 Hasil Uji Parsial Pada Keputusan Pembelian.....	54
4.6 Pembahasan.....	55

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN