

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, PERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS ..	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
3. Promosi	16
4. Definisi Merek	22
5. Manfaat merek	26
6. Definisi Citra Merek	28
7. Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
9. Keputusan Pembelian.....	32
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Hubungan Antar Variabel	40
1. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2. Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian.....	41
3. Rangka Pemikiran	42

4. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
1. Waktu Penelitian	43
2. Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
1. Definisi Variable	44
D. Operasionalisasi Variabel	45
E. Pengukuran Variabel	47
F. Populasi dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi	48
2. Sampel Penelitian	48
G. Teknik Pengumpulan Data	50
H. Jenis Data	51
I. Metode Deskriptif	51
1. Analisis Deskriptif	51
2. Uji Kualitas Data	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	52
3. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas	52
b. Uji Multikolonieritas	53
c. Uji Heteroskedastisitas	54
4. Uji Analisis Regresi Berganda	54
5. Uji Hipotesis	56
a. Uji F (Pengujian secara Silmutan)	56
b. Uji T (Pengujian secara Parsial)	56
c. Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Perusahaan	58

1.	Tempat dan Waktu Penelitian	60
2.	Karakteristik Profil Responden	60
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
C.	Hasil Uji kualitas Data	65
1.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	65
2.	Hasil Uji Reliabilitas	68
D.	Uji Asumsi Klasik	70
1.	Hasil Uji Normalitas	70
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	71
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
E.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
F.	Hasil Uji Hipotesis	75
1.	Uji Koefien Determinasi (R^2)	75
4.	Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	76
5.	Uji t (Pengujian Secara Parsial)	77
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	77
1.	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian	78
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V	KESIMPULAN	79
A.	SIMPULAN	79
B.	SARAN	80
DAFTAR	PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85