

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I 1	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II 12	
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
b. Bauran Pemasaran	13
2. Citra Merek	14
a. Pengertian Citra Merek	14
b. Tujuan Merek	15
c. Makna dan Tipe Merek	15
d. Manfaat Citra Merek	17
e. Karakteristik Merek	19
f. Dimensi Citra Merek	20
3. Harga	21
a. Pengertian Harga	21
b. Tujuan Penetapan Harga	22
c. Dimensi Harga	22
4. Distribusi (Place)	23

a. Pengertian Disrtribusi.....	23
b. Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi.....	24
5. Keputusan Pembelian.....	24
a. Pengertian Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Rerangka Pemikiran.....	32
D. Hubungan Antar Variabel.....	32
1. Hubungan Antara Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.....	32
2. Hubungan Antara Harga dan Keputusan Pembelian.....	33
3. Hubungan Antara Distribusi dan Keputusan Pembelian.....	33
E. HIPOTESIS.....	34
BAB III 35	
METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi Dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	36
D. Skala pengukuran.....	38
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Metode Analisis Data.....	40
1. Statistik Deskriptif.....	41
2. Uji Kualitas Data.....	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reliabilitas.....	42
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolonieritas.....	42
c. Uji Heteroskedastisitas.....	43
d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4. Uji Hipotesis.....	44

a. Uji F (Uji Simultan).....	44
b. Uji T (Uji Parsial).....	45
BAB IV 46	
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Statistik Deskriptif	46
B. Karakteristik Responden.....	47
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
C. Analisis Validitas dan Realibilitas	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	54
D. Asumsi Klasik	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heteroskedastisitas	56
4. Uji Regresi Linier Berganda	57
E. Hasil Uji Hipotesis.....	59
1. Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	59
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	59
3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	60
F. Pembahasan Hasil Penelitian	62
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V 64	
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. KESIMPULAN.....	64
B. SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA	67