

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
a. Tujuan Penelitian.....	9
b. Manfaat Penelelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Jenis-jenis Perilaku Konsumen	12
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13

2. Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
c. Proses Keputusan Pembelian	21
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	25
3. Ekuitas Merek.....	27
a. Pengertian Ekuitas Merek	27
b. Dimensi Ekuitas Merek.....	28
B. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	32
1. Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian..	32
2. Hubungan antara <i>Brand Association</i> terhadap Keputusan Pembelian..	33
3. Hubungan antara <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .	33
4. Hubungan antara <i>Brand Loyalty</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	34
C. Penelitian Terdahulu.....	35
D. Rerangka Pemikiran	40
E. Perumusan Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
a. Definisi Variabel	43
b. Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran	47

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	54
B. Analisis Deskriptif	54
a. Karakteristik Responden	54
b. Deskriptif Jawaban Responden	57
C. Hasil Uji Kualitas Data	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83