

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	7
A.1 Manajemen Pemasaran.....	7
A.2 Kartu Kredit.....	8
A.3 Keputusan Pembelian.....	8
A.3.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	9
A.3.2 Jenis-jenis Keputusan Pembelian.....	10
A.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
A.4 <i>Sales Promotion</i>	15
A.4.1 Tujuan <i>Sales Promotion</i>	16
A.4.2 Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	17
A.4.3 Indikator <i>Sales Promotion</i>	18
A.5 Citra Merek.....	19
A.5.1 Faktor-faktor Pendukung Citra Merek.....	20
A.5.2 Dimensi Citra Merek.....	21
B. Rerangka Konseptual.....	23

B.1 Penelitian Terdahulu	23
B.2 Hubungan Antar Variabel	26
C. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.1.1 Waktu Penelitian	29
3.1.2 Tempat Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian	29
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	30
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian	30
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	32
3.4 Pengukuran Variabel	33
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.5.1 Populasi Penelitian	35
3.5.2 Sampel Penelitian	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Metode Analisis	37
3.7.1 Uji Validitas	37
3.7.2 Uji Realibilitas	37
3.8 Metode Statistik	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Perusahaan	45
B. Analisis Deskriptif	47
1. Karakteristik Responden	47
2. Karakteristik Jawaban Responden	48
C. Metode Analisis Data	50
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	51
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hiptesis (Inner Model)	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
A. Simpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66