

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	15
1. Kontribusi Penelitian.....	15
2. Kontribusi Praktis.....	15
3. Kontribusi Akademik.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN RERANGKA PEMIKIRAN	
A. Kajian Pustaka.....	17
1. Pengertian Pemasaran.....	17
1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	18
2. Asosiasi Merek.....	19
2.1 Pengertian Asosiasi Merek.....	19

2.2 Dimensi Asosiasi Merek.....	23
3. Motivasi Konsumen.....	26
3.1 Pengertian Motivasi Konsumen.....	26
3.2 Dimensi Motivasi Konsumen.....	32
4. Promosi.....	33
1.1 Pengertian Promosi.....	33
1.2 Dimensi Promosi.....	51
5. Keputusan Pembelian...../.....	53
5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	53
5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	65
B. Penelitian Terdahulu.....	67
C. Keterkaitan Antar Variabel.....	76
D. Rerangka Pemikiran.....	78
E. Hipotesis.....	79
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	80
B. Desain Penelitian.....	80
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	81
1. Definisi Variabel.....	82
2. Operasional Variabel.....	90
D. Skala Pengukuran Variabel.....	91
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	92
1. Populasi Penelitian.....	93
2. Sampel Penelitian.....	94
F. Teknik Pengumpulan Data.....	94
G. Uji Validitas Data.....	94
1. Uji Validitas.....	94

2. Uji Reliabilitas.....	94
3. Metode Analisis.....	96
4. Tahap-Tahap dalam SEM.....	97
5. Pengujian Hipotesis.....	103

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	104
B. Karakteristik Responden.....	104
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	105
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	107
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	108
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	111
1. Analisis Deskriptif Asosiasi Merek.....	113
2. Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen.....	114
3. Analisis Deskriptif Promosi.....	116
4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	117
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	117
1. Uji Validitas dan Realibilitas Asosiasi Merek.....	117
a. Uji Validitas.....	117
b. Uji Realibilitas.....	121
2. Uji Validitas dan Realibilitas Motivasi Konsumen.....	122
a. Uji Validitas.....	122
b. Uji Realibilitas.....	124
3. Uji Validitas dan Realibilitas Promosi.....	125
a. Uji Validitas.....	125

b. Uji Realibilitas.....	126
4. Uji Validitas dan Realibilitas Keputusan Pembelian.....	127
a. Uji Validitas.....	127
b. Uji Realibilitas.....	129
E. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	133
F. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji t).....	136
G. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	138
H. Analisis Hasil Penelitian.....	138
1. Analisis Variabel Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian..	138
2. Analisis Variabel Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	139
3. Analisis Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	140
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	141
B. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	145