

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan AirAsia.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Merek (<i>Brand</i>)	10
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian	13
2.1.6 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.1.7 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	26

2.3 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Variabel Operasional.....	28
3.3 Tahapan Penelitian.....	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Pengumpulan Data	33
3.5.1 Jenis Data	33
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.2 Skala Pengukuran.....	34
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reabilitas	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Uji Normalitas.....	37
3.7.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	38
3.7.3 Koefisien Determinasi	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan	40
4.1.1 Deskripsi Responden	40
4.1.2 Analisis Validitas dan Reabilitas	42
4.1.3 Persepsi (Tanggapan) Responden Mengenai <i>Brand Image</i> AirAsia	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
Daftar Pustaka	
Daftar Lampiran	

