

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah Singkat PT. Indonesia OPPO Electronics	1
1.1.2 Logo.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	13
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.4 Proses atau Tahapan Keputusan Pembelian	21

2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6 Dimensi Keputusan Pembelian.....	26
2.1.7 Merek	27
2.1.8 Citra Merek	30
2.1.9 Dimensi Citra Merek.....	33
2.1.10 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	52
2.4 Hipotesis Penelitian	55
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	55
 BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian	56
3.2 Variabel Penelitian, Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	56
3.2.1 Variabel Penelitian.....	56
3.2.2 Operasional Variabel	58
3.2.3 Skala Pengukuran	61
3.3 Tahapan Penelitian	62
3.4 Pengumpulan Data.....	64
3.4.1 Jenis Data	64
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	64
3.5 Populasi dan Sampel.....	65
3.5.1 Populasi.....	65
3.5.2 Sampel.....	65
3.5.3 Teknik Sampling.....	66
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.6.1 Uji Validitas	67
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	69
3.7 Teknik Analisis Data	71
3.7.1 Analisis Deskriptif	71
3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	73

3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	75
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	76
3.7.5 Pengujian Hipotesis	77
3.7.6 Koefisien Determinasi	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Karakteristik Responden	79
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	80
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	81
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Analisis Deskriptif	82
4.2.2 Method of Successive Interval (MSI)	101
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	101
4.2.4 Uji Regresi Linier Sederhana	105
4.2.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	106
4.2.6 Koefisien Determinasi	108
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	108
4.3.1 Hasil analisis deskriptif variabel citra merek (X)	108
4.3.2 Hasil analisis deskriptif variabel keputusan pembelian (Y)	110
4.3.3 Hasil Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	114
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN	122