

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4
1.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan	5
1.1.4 Logo.....	6
1.1.5 Produk yang ditawarkan	6
1.2 Latar Belakang	12
1.3 Rumusan Masalah	47
1.4 Tujuan Penelitian.....	47
1.5 Kegunaan Penelitian.....	47
1.6 Batasan Masalah.....	47
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	48
BAB II LANDASAN TEORI	50
2.1 LANDASAN TEORI	50
2.1.1 Pemasaran.....	50
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	50
2.1.3 Brand Image	51
2.1.4 Keputusan Pembelian	54
2.1.5 Hubungan Brand terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2.2 Penelitian Terdahulu.....	56
2.3 Kerangka Pemikiran	59
2.4 Hipotesis Penelitian.....	60

BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Pendekatan Metode Penelitian	61
3.2 Jenis Penelitian	61
3.3 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	62
3.3.1 Variabel operasional.....	65
3.3.2 Skala Pengukuran	66
3.4 Tahapan Penelitian	66
3.5 Populasi dan Sampel	67
3.5.1 Populasi	67
3.5.2 Sampel	68
3.6 Teknik Sampling	69
3.7 Teknik Pengumpulan Data	70
3.7.1 Sumber Data.....	70
3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	71
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas.....	71
3.8.1 Uji Validitas	71
3.8.2 Uji Reabilitas	72
3.9 Teknik Analisis Data.....	73
3.9.1 Analisis Deskriptif	73
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
3.9.3 Regresi Linear sederhana	75
3.9.4 Uji Hipotesis	76
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Karakteristik Responden	78
4.1.1 Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.2 Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.1.3 Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.1.4 Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
4.2 Hasil Penelitian.....	81
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas	81
4.2.2 Analisis Deskriptif	84
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	94
4.2.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	96

4.2.5 Uji Hipotesis	97
4.3 Pembahasan	99
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	102
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	103