

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis	14
1.6.3 Manfaat Akademik	14
1.6.4 Manfaat Bagi Perusahaan.....	14
 BAB II LANDASAN TEORITIS.....	 15
2.1 Merek (<i>Brand</i>).....	15
2.1.1 Pengertian Merek.....	15
2.1.2 Elemen Merek.....	16
2.1.3 Tingkatan Merek.....	18
2.1.4 Manfaat Merek.....	18
2.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	20
2.2.1 Definisi Citra Merek	20
2.2.2 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	21
2.2.3 Indikator Citra Merek	21
2.3 Keputusan Pembelian.....	22

2.3.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
2.3.3	Tahapan Keputusan Pembelian.....	24
2.4	Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian	26
2.5	Penelitian Sebelumnya	27
2.6	Kerangka Berpikir	35
2.7	Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
3.1.1	Profil atau Gambaran Umum Perusahaan.....	36
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	37
3.1.3	Budaya Perusahaan.....	38
3.1.4	Logo dan Arti Logo.....	38
3.1.5	Merek PT SOKA Cipta Niaga	39
3.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
3.1.7	Sertifikasi Halal Perusahaan.....	40
3.1.8	Produk PT SOKA Cipta Niaga	41
3.2	Metode Penelitian	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel	43
3.4	Definisi Konsep.....	44
3.4.1	Operasional Variabel.....	44
3.4.2	Instrumen dan Teknik Pengambilan Data.....	44
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data Primer.....	49
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	50
3.6	Analisis Data	50
3.6.1	Teknik Deskriptif.....	50
3.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	51
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Data Penelitian dan Responden	53
4.1.2	Karakteristik Responden	54
4.2	Analisis Data	59
4.2.1	Variabel Citra Merek (Brand Image)	59

4.2.2	Variabel Keputusan Pembelian.....	63
4.3	Uji Instrumen	69
4.3.1	Uji Validitas.....	69
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.3.3	Uji Normalitas	71
4.3.4	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	73
4.3.5	Koefisien Determinasi (R ²).....	73
4.3.6	Koefisien Korelasi.....	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Analisis Citra Merek (Brand Image) – Variabel X	75
4.4.2	Analisis Keputusan Pembelian (Variabel Y)	76
4.4.3	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos kaki halal SOKA pada Follower Media Sosial Instagram SOKA	77
BAB V	PENUTUP	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	82
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4	Saran	82
DAFTAR	PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN		103