

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Stimulus Pemasaran dalam Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Stimulus Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Definisi Stimulus Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Dimensi Stimulus Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Karakteristik yang Memengaruhi Persepsi	Error! Bookmark not defined.
defined.	
2.1.2 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Manfaat Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Pengaruh Stimulus Pemasaran terhadap Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	Error! Bookmark not defined.
defined.	
3.2.1.1 Jenis Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.

3.2.1.2 Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.4.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.1 Pengujian Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.1 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.2 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.3 Analisis Data Verifikatif Menggunakan <i>Path Anakysis</i>	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.5 Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan Hewlett Packard	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.3 Produk-produk Hewlett Packard	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.2 Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Perbulan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.3 Karateristik Responden Berdasarkan Belanja Bulanan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengalaman Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Produk Notebook HP	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Daya Tarik dari Produk Notebook HP.....	Error! Bookmark not defined.

- 4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Membeli Produk Notebook HP **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Tipe Yang Disukai Dari Produk Notebook HP **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Produk Notebook HP **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Membeli Merek Selain Notebook HP **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Gambaran Terhadap Variabel Stimulus Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Stimulus Pemasaran.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran dan Intensitas Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Warna dan Gerakan Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Posisi Notebook Hewlett Packard **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Isolasi Notebook Hewlett Packard **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Format Notebook Hewlett Packard **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Kontras/Ekspektasi Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Ketertarikan Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Kuantitas Informasi Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1.9 Pembahasan Hasil Rekapitulasi Variabel Stimulus Pemasaran..**Error! Bookmark not defined.**
- 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Gambaran Terhadap Variabel Citra Merek**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Asosiasi Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan Asosiasi Merek Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Asosiasi Merek Notebook Hewlett Packard..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.4 Pembahasan Hasil Rekapitulasi Variabel Citra Merek**Error! Bookmark not defined.**

4.5	Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek Secara Simultan	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Pengaruh Stimulus Pemasaran terhadap Citra Merek Secara Parsial	Error! Bookmark not defined.
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Pembahasan Stimulus Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Pembahasan Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Pembahasan Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek...	Error! Bookmark not defined.
4.7	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris	Error! Bookmark not defined.
4.8	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2008-014.....	1
1.2	Icsa Indeks Rata-Rata Industri Kategori Telekomunikasi Di Indonesia 2011-2014.....	2
1.3	Top Brand Indeks Notebook Di Indonesia.....	4
1.4	Icsa Kategori Notebook Di Indonesia Tahun 2014.....	5
1.5	Indonesian Best Brands Indeks 2012-2014.....	6
1.6	Indeks Keunggulan Asosiasi Merek Pada Merek Notebook.....	8
1.7	Indeks Kekuatan Asosiasi Merek Pada Merek Notebook.....	9
1.8	Indeks Keunikan Asosiasi Merek Pada Merek Notebook.....	10
1.9	Pilihan Utama Merek Notebook.....	11
1.10	Stimulus Pemasaran Notebook <i>Hewleet Packard</i>	13
2.1	Definisi Stimulus Pemasaran Menurut Para Ahli.....	24
2.2	Definisi Citra Merek Menurut Beberapa hli.....	40
2.3	Orisinalitas Penelitian.....	57
3.1	Operasionalisasi variabel.....	72
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	78
3.3	Jumlah Sampel Proposisi Pengunjung Hp Store Di Bec Bandung...	83
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Stimulus Pemasaran).....	89
3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Citra Merek).....	90
3.6	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Dengan Menggunakan Taraf Signifikansi Variabel X (Stimulus Pemasaran)	92
3.7	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Dengan Menggunakan Taraf Signifikansi Variabel Y (Citra Merek).....	94
3.8	Uji Reliabilitas Variabel X (Stimulus Pemasaran).....	96
3.9	Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra Merek).....	96
3.10	Skor Alternatif Jawaban.....	98
3.11	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	99
3.12	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi..	110
4.1	Produk-Produk Notebook <i>Hewlett Packard</i>	118
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	120
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Perbulan.....	122
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja Perbulan.....	124
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenal Produk Notebook Hp.....	126
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Daya Tarik Produk Notebook Hp.....	128

No. Tabel	Judul	Halaman
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Membeli Produk Notebook Hp.....	130
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tipe Yang Disukai Dari Produk Notebook Hp.....	131
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Mengenal Produk Notebook Hp.....	133
4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Membeli Merek Selain Notebook Hp.....	134
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Ukuran Dan Intensitas Notebook Hewlett Packard.....	137
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Warna Dan Gerakan Notebook Hewlett Packard.....	143
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Posisi Notebook Hewlett Packard	149
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Isolasi Notebook Hewlett Packard.....	154
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Format Notebook Hewlett Packard.....	158
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Kontras/Ekspektasi Notebook Hewlett Packard.....	161
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Ketertarikan Notebook Hewlett Packard.....	165
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Kuantitas Informasi Notebook Hewlett Packard.....	171
4.19	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Stimulus Pemasaran.....	174
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Asosiasi Merek Notebook Hewlett Packard.....	179
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan Asosiasi Merek Notebook Hewlett Packard.....	185
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Asosiasi Merek Notebook Hewlett Packard.....	191
4.23	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Merek.....	199
4.24	Pengujian Secara Simultan.....	202
4.25	Matriks Korelasi Antara Stimulus Pemasaran (X) Dengan Citra Merek (Y)	203
4.26	Pengujian Parsial Dimensi-Dimensi Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	206

No. Tabel	Judul	Halaman
4.27	Pengujian Parsial Dimensi-Dimensi X_3 , X_5 , X_6 , X_7 , Dan X_8 Terhadap Citra Merek.....	208
4.28	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	208

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen Sederhana.....	20
2.2	Model Perilaku Konsumen Sederhana Kompleks.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	65
2.4	Paradigma Penelitian pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	66
3.1	Garis Normal <i>Probability Plot</i>	81
3.2	Output Uji Normalitas.....	84
3.3	Struktur Hubungan Kausal Antara X Dan Y.....	99
3.4	Diagram Jalur Hipotesis.....	100
3.5	Diagram Jalur Substruktur Hipotesis.....	101
4.1	Notebook Hp G Series, Hp Stream Dan Hp Pavilion.....	116
4.2	Notebook Hp Envy, Hp Probook, Hp Elitebook, Dan Hp Zbook.....	117
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	120
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Perbulan.....	123
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja Perbulan	125
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenal Produk Notebook Hp.....	127
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Daya Tarik Produk Notebook Hp.....	129
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Membeli Produk Notebook Hp.....	130
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Tipe Yang Disukai Dari Produk Notebook Hp.....	132
4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Mengenal Produk Notebook Hp.....	133
4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Keinginan Membeli Merek Selain Notebook Hp.....	135
4.12	Hasil Kontinum Stimulus Pemasaran.....	177
4.13	Hasil Kontinum Citra Merek.....	201
4.14	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	205
4.15	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh Stimulus Pemasaran Terhadap Citra Merek.....	207

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul
1	Lembar Bimbingan Skripsi
2	Lembar Kuisisioner
3	Koding Pengalaman dan Identitas Pengunjung HP Store
4	Koding Validitas dan Reabilitas Stimulus Pemasaran
5	Koding Validitas dan Reabilitas Citra Merek
6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS 21.0 <i>for windows</i>
7	Perhitungan Manual Uji Validitas
8	Tabel <i>r-product moment</i>
9	Perhitungan Manual <i>t</i> -hitung
10	Koding Stimulus Pemasaran Pada Pengunjung HP Store
11	Koding Citra Merek Pada Pengunjung HP Store
12	Kontinum X dan Y
13	Path Analysis melalui SPSS 21.0 <i>for windows</i>
14	<i>f</i> -Tabel
15	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung SPSS 21.0 <i>for windows</i>
16	<i>t</i> -Tabel
17	<i>f</i> -Tabel dan <i>t</i> -Tabel dengan menggunakan M.Excel 2010 <i>for windows</i>
18	CV