

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep Merek	15
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian	22
2.1.3 Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian	28
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Variabel	29

2.2	Kerangka Pemikiran	30
2.3	Hipotesis	34
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian	36
	3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	36
	3.2.2 Operasionalisasi Variabel	38
	3.2.3 Jenis dan Sumber Data	40
	3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	41
	3.2.4.1 Populaasi	41
	3.2.4.2 Sampel	42
	3.2.4.3 Teknik Sampling	43
	3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	44
	3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabelitas	45
	3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	46
	3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	49
	3.2.7 Teknik Analisis Data	51
	3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif	53
	3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif	54
	3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan dan Karakteristik Responden	58

4.1.1	Profil Perusahaan	58
4.1.1.1	Sejarah PT Indofood Sukses Makmur Tbk	58
4.1.1.2	Identitas Perusahaan	59
4.1.2	Karakteristik Responden	60
4.1.3	Pengalaman Responden	64
4.2	Tanggapan Responden terhadap Nama Merek Supermi Seri Go.....	67
4.2.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Nama.....	68
4.2.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Simbol.....	69
4.2.3	Tanggapan Responden terhadap Slogan.....	71
4.2.4	Gambaran Nama Merek.....	71
4.3	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.3.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Produk.....	73
4.3.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Pemilihan Merek.....	74
4.3.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Saluran Distribusi.....	75
4.3.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Waktu Pembelian.....	76
4.3.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	77
4.3.6	Gambaran Keputusan Pembelian.....	78
4.4	Pengujian Hipotesis Pengaruh Nama Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	80
4.4.2	Kefisien Determinasi.....	83
4.5	Hasil Temuan Teoritis dan Empiris.....	84
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	84

	4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris	85
4.6	Implikasi Penelitian terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

