

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Kerangka Pemikiran	12
1.5 Asumsi	24
1.6 Hipotesis	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Konsep Pemasaran.....	26

2.1.1	Pengertian Pemasaran	26
2.1.2	Inti Pemasaran	28
2.1.3	Bauran Pemasaran	31
2.1.4	Produk	35
2.2	Citra Merek	43
2.2.1	Pengertian Citra	43
2.2.2	Pengertian Merek	45
2.2.3	Fungsi Merek	47
2.2.4	Manfaat Merek	49
2.2.5	Strategi Membangun Merek	50
2.2.6	Pengertian Citra Merek	51
2.2.7	Tolak Ukur Citra Merek	52
2.2.8	Strategi Mencapai Citra Merek yang Kuat	53
2.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	54
2.4	Konsep Keputusan Pembelian	58
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	58
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku Pembelian	60
2.4.3	Peran Konsumen dalam Pembelian	63
2.4.4	Jenis-Jenis Prilaku Pembelian	64
2.4.5	Tipe-Tipe Keputusan Pembelian	66
2.4.7	Dimensi Keputusan Pembelian	67
2.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	68

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	70
3.1	Objek Penelitian.....	70
3.2	Metode Penelitian	71
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	72
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	73
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	77
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	78
3.2.4.1	Populasi.....	78
3.2.4.2	Sampel	79
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	82
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	83
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	84
3.2.6.1	Pengujian Validitas.....	85
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	86
3.2.6.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	88
3.2.7	Teknik Analisis Data	90
3.2.7.1	Analisis Deskriptif.....	92
3.2.7.2	Analisis Verifikatif	92
	a. <i>Method Of Successive Interval</i>	93
	b. Analisis Korelasi.....	94
	c. Analisis Regresi Linear Sederhana	96
	d. Koefisien Determinasi	98
3.2.7.3	Rancangan Uji Hipotesis	99

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	101
4.1	Hasil Penelitian	101
4.1.1	Profil Perusahaan	101
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	104
4.1.3	Tanggapan Responden terhadap Citra Merek.....	114
4.1.4	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	133
4.1.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Gauan	149
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	154
4.2.1	Gambaran terhadap Citra Merek	154
4.2.2	Gambaran terhadap Keputusan Pembelian	156
4.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Gauan	158
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	160
4.7.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	160
4.7.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	162
4.4	Implikasi Peran Pendidikan Manajemen Bisnis dalam Penelitian	164
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	168
5.1	Kesimpulan	168
5.1	Rekomendasi.....	169
	DAFTAR PUSTAKA	170
	LAMPIRAN - LAMPIRAN	

