

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR PUSTAKA	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Pemasaran	12
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.2 Konsep Promosi	16
2.1.2.1 Bauran Promosi	18
2.1.3 Konsep Produk	20
2.1.3.1 Tingkatan Produk Jasa	21
2.1.3.2 Keputusan Produk Dan Jasa.....	22
2.1.4. Konsep Merek.....	23
2.1.4.1 Strategi Pemberian Merek.....	27

2.1.4.2 Fungsi Merek.....	29
2.1.5 Konsep <i>Branding</i>	
2.1.5.1 Pengertian <i>Co-Branding</i>	31
2.1.5.2 Karakteristik <i>Co-Branding</i>	32
2.1.5.3 Model <i>Co-Branding</i>	35
2.1.5.4 Manfaat <i>Co-Branding</i>	37
2.1.5.5 Faktor Keberhasilan <i>Co-Branding</i>	38
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	39
2.1.6.1 Pengertian Prilaku Konsumen.....	39
2.1.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen...40	
2.1.6.3 Model Prilaku Konsumen.....	43
2.1.6.4 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	43
2.1.6.5 Konsep Keputusan Pembelian.....	47
2.1.6.6 Struktur Keputusan Pembelian.....	48
2.1.6.7 Jenis Prilaku Konsumen.....	50
2.1.6.8 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	52
2.1.6.9 Motif-Motif Konsumen Dalam Mengambil Keputusan.....	53
2.1.7 Pengaruh <i>Co-Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.1.8 Resume Hasil Penelitian Terdahulu.....	56
2.2 Kerangka pemikiran.....	57
2.3 Hipotesis	63

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	64
----------------------------	----

3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	64
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	65
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	68
3.2.4 Populasi, Sampel Dan Tehnik Sampling	
3.2.4.1 Populasi.....	69
3.2.4.2 Sampel.....	70
3.2.4.3. Tehnik Sampling	72
3.2.5 Tehnik Pengumpulan Data	73
3.2.6 Validitas, Reliabilitas dan Hasil Pengujian	
3.2.6.1 Validitas	73
3.2.6.2 Reliabilitas	77
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	
3.3.1 Pengujian Hipotesis	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	85
4.1.1 Profil Perusahaan.....	85
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	88
4.1.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Co- Branding</i>	91
4.1.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	101

4.1.5 Pengaruh <i>Co-Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian	117
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	122
4.2.1 Gambaran terhadap <i>Co-Branding</i>	122
4.2.2 Gambaran terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.2.3 Pengaruh <i>Co-Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Rekomendasi	131
DAFTAR PUSTAKA	

