

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
F. Definisi Operasional.....	11

G. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Perilaku Konsumen	14
1. Definisi Perilaku Konsumen	14
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
3. Model Perilaku Konsumen.....	18
4. Indikator Perilaku Konsumen	20
B. Strategi Pemasaran.....	21
1. Definisi Strategi Pemasaran	21
2. Tahapan Strategi Pemasaran	22
3. Bauran Pemasaran.....	24
4. Indikator Strategi Pemasaran	28
C. Ekuitas Merek	28
1. Definisi Ekuitas Merek	28
2. Indikator Ekuitas Merek.....	30
3. Mengelola Ekuitas Merek	31
D. Keputusan Pembelian.....	33
1. Definisi Keputusan Pembelian.....	33
2. Indikator Keputusan Pembelian	34
3. Proses Keputusan Pembelian	35
E. Penelitian Terdahulu	38
F. Kerangka Konseptual	46
G. Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	47
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	49
D. Teknik pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	50
E. Teknik Analisa Data	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 58
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	58
1. Sejarah Toko Dailygroup Trenggalek	58
2. Visi dan Misi Toko Dailygroup Trenggalek	59
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
C. Deskripsi Data Variabel	60
D. Hasil Analisis Data.....	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
2. Uji Asumsi Klasik	73
3. Uji Regresi Linier Berganda	73
4. Uji Hipotesis.....	77
 BAB V PEMBAHASAN	 82
A. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Dailygroup Trenggalek	82
B. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Toko Dailygroup Trenggalek	85

C. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Toko Dailygroup Trenggalek.....	88
D. Pengaruh Perilaku Konsumen, Strategi Pemasaran, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Dailygroup Trenggalek.....	91
BAB VI PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	