

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Abstrak	xi
Abstract	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Tentang Ekuitas Merek.....	13
1. Pengertian Merek	13
2. Ekuitas Merek	14
3. Elemen-elemen Ekuitas Merek	15
B. Tinjauan Tentang Promosi	22
1. Pengertian Promosi	22
2. Tujuan Promosi	24
3. Jenis-jenis Kegiatan Promosi	25
C. Tinjauan Tentang Penjualan.....	27
1. Konsep Penjualan.....	27

2. Tujuan Penjualan.....	28
3. Volume Penjualan	28
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume Penjualan.....	29
D. Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	37
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	42
3. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif Responden.....	46
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	49
3. Uji Asumsi Klasik.....	58
4. Uji Hipotesis	64
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap keputusan pembelian Kecap Cap Kendil Mas.....	70
B. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian kecap Cap Kendil Mas	71
C. Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi terhadap keputusan pembelian kecap Cap Kendil Mas	72
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75
Daftar Pustaka	77
Lampiran-Lampiran.....	80