

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	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II: LANDASAN TEORI.....	15
A. Citra Merek.....	15

1. Pengertian Citra Merek	15
2. Indikator Citra Merek	18
3. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	19
4. Dimensi Citra Merek	21
B. Promosi.....	22
1. Pengertian Promosi.....	22
2. Elemen-Elemen Promosi.....	24
3. Tujuan Promosi	26
4. Macam-Macam Bentuk Sales Promotion.....	28
5. Aktivitas Sales Promotion	28
6. Cara Promosi Penjualan	29
7. Strategi Promosi dalam Pemasaran Iklan.....	30
C. Harga	32
1. Pengertian Harga	32
2. Kebijakan Penetapan Harga	34
3. Tujuan Penetapan Harga	34
4. Metode Penetapan Harga.....	35
5. Indikator Harga.....	36
D. Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	37
2. Proses Keputusan Pembelian.....	41
3. Indikator Keputusan Pembelian	45
E. Kajian Penelitian Terdahulu	46
F. Hubungan Citra Merek (X_1), terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	49
G. Hubungan Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	50

H. Hubungan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	50
I. Kerangka Konseptual	51
J. Mapping Variabel, Teori, dan Indikator	52
K. Hipotesis Penelitian	55
BAB III: METODE PENELITIAN	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
B. Populasi, Sampling, dan Sampel	57
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	60
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	61
E. Teknik Analisis Data	63
F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	68
BAB IV: HASIL PENELITIAN	71
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
B. Karakteristik Responden	72
C. Hasil Penelitian	74
1. Deskriptif Data Penelitian	74
2. Uji kualitas Data	108
3. Uji Asumsi Klasik	111
4. Uji Regresi Linier Berganda	133
5. Uji Hipotesis	115
6. Koefisien Determinasi	117
BAB V: PEMBAHASAN	119
A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	119
B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	120
C. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	122
D. Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	124

BAB VI: PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Saran.....	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN