

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Merek	9
2.1.2 Pentingnya Pemilihan Cap dan Merek	11

2.1.3 Tujuan Pemberian Merek	11
2.1.4 Fungsi Merek dan Manfaat Merek	12
2.2 Citra Merek	14
2.2.1 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek	18
2.2.2 Brand Image dan Strategi Pemasaran.....	19
2.2.3 Dimensi Citra Merek.....	19
2.3 Produk	20
2.3.1 Tingkatan Produk	22
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	23
2.4 Kualitas Produk.....	25
2.4.1 Dimensi Kualitas	27
2.5 Harga	28
2.5.1 Faktor-faktor dalam penetapan harga.....	31
2.5.2 Tujuan Penetapan Harga	32
2.5.3 Strategi Menetapkan Harga	33
2.5.4 Dimensi Harga.....	33
2.6 Keputusan Pembelian.....	34
2.7 Penelitian Sebelumnya	40
2.8 Hubungan antar variabel	42
2.8.1 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	42
2.8.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..	43
2.8.3 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	43
2.9 Hipotesis.....	44
2.10 Model penelitian.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Riset.....	46
3.2 Jenis dan Sumber Data	47
3.2.1 Jenis Data	47
3.2.2 Sumber Data	48
3.3 Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel.....	49
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.4 Unit Analisis.....	50
3.5 Devinisi Oprasional Variabel	50
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Karakteristik Responden	60
4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4.1.3 Analisis Statistik.....	67
4.2 Pembahasan dan Hasil	73
4.3 Temuan Peneliti	77
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
5.3 Implikasi Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Top Brand Minuman Teh Hijau	2
1.2 Data Pra Survey.....	3
1.3 Data Daftar Harga	4
2.1 Penelitian Terdahulu	40
3.1 Skala Likert	47
3.2 Operasional Variabel.....	52
3.3 Kriteria Realibilitas	56
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.5 Hasil Uji Validitas.....	64
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	66
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.8 Anova	71
4.9 Koefisien Determinan	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen.....	16
2.2 Nilai Asosiasi Merek.....	17
2.3 Tahap-tahap Proses Keputusan	39
2.4 Model Penelitian	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuisisioner	87
2. Tabulasi Pre Test 30 Responden	91
3. Hasil Pre Test 30 Responden	93
4. Tabulasi Data 100 Responden.....	98
5. Hasil Data 100 Responden	103
6. Karakteristik 100 Responden	107
7. Uji Validitas 100 Responden	108
8. Uji Reliabilitas 100 Responden	110
9. Uji Regresi Linier Berganda	111
10. Tabel Nilai r Product Moment	114