

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Bagi Perusahaan.....	7
1.5.2 Bagi Peneliti.....	7
1.5.3 Bagi Pihak Lain.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.1.3 Pengertian dan Manfaat Merek	10
2.1.4 Pengertian Citra Merek	11
2.1.5 Dimensi Citra Merek	11
2.1.6 Faktor penting dari citra merek	12
2.1.7 Kualitas Produk	12
2.1.8 Diferensiasi Produk.....	13

2.1.9 Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.10 Pengertian Iklan	15
2.1.11 Tujuan Iklan	16
2.1.12 Dimensi Iklan	15
2.1.13 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	16
2.1.14 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.15 Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Rerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.5 Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Riset.....	24
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.2.1 Jenis Data.....	24
3.2.2 Sumber Data	25
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4 Definisi dan Operasional Variabel	28
3.5 Metode Analisis data	30
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	30
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.5 Uji Hipotesis	32
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1 Karakteristik Profil Responden	35
4.2 Hasil Analisis Data	40
4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	40

4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	42
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	49
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	52
BAB V PEMBAHASAN.....	55
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	55
5.1.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin	55
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin.....	55
5.1.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin	55
5.2 Temuan Penelitian	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	56
BAB VI PENUTUP	57
6.1 Kesimpulan	57
6.2 Saran	58
6.3 Implikasi Manajerial	59
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Market Share Obat Masuk Angin Di Indonesia	2
2.1	Penelitian Terdahulu	18
3.1	Skala Likert	24
3.2	Operasional Variabel	28
4.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif	41
4.2	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Tolak Angin	42
4.3	Hasil Uji Validitas Citra Merek	42
4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	43
4.5	Hasil Uji Validitas Iklan	43
4.6	Hasil Uji Reabilitas	44
4.7	Hasil Uji Normalitas	45
4.8	Grafik Normal Plot	46
4.9	Hasil Uji Multikolonieritas	47
4.10	Hasil Uji Scatterplot	48
4.11	Hasil Uji <i>Glejser</i>	48
4.12	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f).....	49
4.13	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	50
4.14	Hasil Koefisien Determinasi.....	52
4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Hasil Pra Survey Citra Merek Tolak angin di Wilayah Kebon Jeruk	4
1.2	Hasil Pra Survey Kualitas Produk Tolak angin di Wilayah Kebon Jeruk...	4
1.3	Hasil Pra Survey Iklan Tolak angin di Wilayah Kebon Jeruk	5
2.1	Rerangka Pemikiran	23
4.1	Data Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	35
4.2	Data Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.3	Data Karakteristik Responden Menurut Rentang Usia.....	37
4.4	Data Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	38
4.5	Data Karakteristik Responden Menurut Melihat Iklan Tolak Angin.....	39
4.6	Data Karakteristik Responden Menurut Pembelian Tolak Angin.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

No. Daftar Tabel	Halaman
1. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner.....	63
2. Tabulasi Pra Survey 30 Responden.....	68
3. Tabulasi Data Karakteristik 100 Responden.....	69
4. Hasil Uji Deskriptif	71
5. Hasil Uji Validitas.....	72
6. Hasil Uji Reliabilitas.....	74
7. Hasil Uji Normalitas.....	76
8. Hasil Uji Multikolonieritas.....	77
9. Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	77
10. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f).....	78
11. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	78
12. Hasil Koefisien Determinasi.....	78
13. Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
14. Tabulasi Jawaban Responden	79