

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1.Keputusan Pembelian	7
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	7
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian	8
2.1.4 Peran yang dimainkan dalam keputusan pembelian	8
2.1.5 Jenis-jenis perilaku pembelian konsumen	8
2.1.6 Tahap-tahap dalam proses keputusan Pembelian	9
2.1.2 Merek.....	10
2.1.2.1 Definisi Merek	10
2.1.2.2 Peran dan Manfaat Merek.....	10
2.1.3 Ekuitas Merek	11
2.1.3.1 Definisi Ekuitas Merek	11
2.1.3.2 Bahan kunci Ekuitas merek pelanggan.....	11
2.1.3.3 Model Ekuitas Merek	12
2.1.3.4 Kumpulan Utama penggerak Ekuitas Merek.....	12
2.1.4 Kesadaran Merek	12
2.1.4.1 Definisi Kesadaran Merek	12
2.1.4.2 Indikator Kesadaran Merek	13
2.1.4.3 Empat tingkatan Kesadaran Merek.....	13
2.1.4.4 Keunggulan Kompetitif Kesadaran Merek	14
2.1.5 Iklan	14

2.1.5.1 Definisi Iklan	14
2.1.5.2 Indikator-indikator iklan.....	15
2.1.5.3 Fungsi Iklan	15
2.1.5.4 Jenis media iklan.....	15
2.1.5.5 Langkah-langkah keputusan iklan	16
2.1.5.6 Menetapkan tujuan iklan.....	16
2.1.6 Kualitas Produk	17
2.1.6.1 Definisi Kualitas Produk.....	17
2.1.6.2 Indikator-indikator kualitas produk	17
2.1.6.3 Manfaat Kualitas Produk	18
2.1.6.4 Tujuan Produk	18
2.3 Penelitian terdahulu	19
2.4 Hipotesis	23
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	25
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4 Unit Analisis	26
3.5 Definisi Operasional Variable	26
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Uji Insrtumen	28
3.6.1.1 Uji Validitas.....	28
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	29
3.6.2 Uji Hipotesis	30
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.6.2.2 Uji Simultan (Uji F).....	30
3.6.2.3 Uji Parsial (Uji t)	30
3.5.2.4 Koefisien determinasi (R^2).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	32
4.1 Karakteristik Respoden.....	32
4.2 Uji Validitas.....	34
4.2.1 Variable Kesadaran Merek (X1).....	34
4.2.2 Variable Iklan (X2).....	35
4.2.3 Variable Kualitas Produk (X3)	35

4.2.4 Variable Keputusan Pembelian (Y).....	36
4.3 Uji Reliabilitas.....	36
4.4 Hasil Analisis Deskriptif	37
4.4.1 Variable Kesadaran Merek (X1).....	38
4.4.2 Variable Iklan (X2).....	39
4.4.3 Variable Kualitas Produk (X3).....	40
4.4.4 Variable Keputusan Pembelian (Y).....	41
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.6 Uji F.....	43
4.7 Uji t.....	44
4.8 Koefisien Determinasi(R ²).....	45
BAB V PEMBAHASAN.....	47
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
5.1.1 Pengaruh Kesadaran Merek(X1) terhadap keputusan pembelian(Y)	47
5.1.2 Pengaruh Iklan(X2) terhadap keputusan pembelian(Y)	47
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk(X3) terhadap keputusan pembelian(Y)	48
5.1.4 Pengaruh secara bersama-sama antara kesadaran merek(X1),iklan(X2) dan kualitas produk(X3) terhadap keputusan pembelian(Y).....	48
5.2 Temuan Penelitian	49
5.3 Keterbatasan Penelitian	49
BAB VI KESIMPULAN	49
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran	50
6.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	50
Daftar Pustaka	51
Lampiran-Lampiran	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Tabel Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Index.....	2
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert.....	24
Table 3.2	Definisi Operasional Variable.....	26
Tabel 3.3	Tingkat Reabilitas berdasarkan nilai alpha.....	29
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia.....	32
Tabel 4.3	Responden berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 4.4	Responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	33
Tabel 4.5	Responden berdasarkan pendapatan.....	34
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variable Penelitian.....	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.8	Interprestasi nilai index.....	37
Tabel 4.9	Index Kesadaran Merek.....	39
Tabel 4.10	Index Iklan.....	40
Tabel 4.11	Index Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.12	Index Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.14	Uji F.....	44
Tabel 4.15	Uji T.....	45
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi (R ²).....	46

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Gambar Halaman
Gambar 1.1	Media informasi dan Komunikasi	1
Gambar 1.2	Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian	4
Gambar 2.1	Piramida Kesadaran Merek.....	13
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survey.....	52
Lampiran 2 Quisioner.....	54
Lampiran 3 Tabulasi Data Pre-Test (30) Responden.....	58
Lampiran 4 Tabulasi Data 165 (Seratus Enam Puluh Lima) Responden.....	62
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	78
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
Lampiran 8 Hasil Uji F	83
Lampiran 9 Hasil Uji T	84
Lampiran 10 Hasil koefisien Determinasi (R^2)	85