

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Tinjauan Teori	11
2.1.1. Pengertian Citra Merek	11
2.1.1.1 Tujuan Citra Merek	11
2.1.1.2 Dimensi Citra Merek	12
2.1.1.3 Langkah-Langkah Membangun Citra Merek.....	13
2.1.2. Pengertian Iklan.....	14
2.1.2.1 Dimensi Iklan	15
2.1.2.2 Fungsi Iklan.....	15
2.1.3. Pengertian Minat Beli Konsumen	16
2.1.3.1 Mempengaruhi Minat Beli	17
2.1.3.2 Dimensi Minat Beli	17
2.1.4. Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	20
2.1.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	25
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian	31
2.3.3 Hubungan Citra Merek dengan Minat beli konsumen	32
2.3.4 Hubungan Iklan dengan Minat beli konsumen	32
2.3.5 Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian	32

2.3.6	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen.....	33
2.3.7	Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen.....	33
2.4.	Hipotesis.....	34
2.5.	Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Rancangan Penelitian.....	35
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2.1	Jenis Data.....	35
3.2.2	Skala Likert.....	36
3.2.3	Sumber Data	36
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Keputusan	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel	37
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4.	Unit Analisis	39
3.5.	Operasional Variabel	39
3.5.1	Citra Merek.....	39
3.5.2	Iklan	40
3.5.3	Minat Beli Konsumen.....	40
3.5.4	Keputusan Pembelian	40
3.6.	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Uji Validitas.....	43
3.6.1.1	Uji Reliabilitas	44
3.6.2	Uji Intervening.....	45
3.6.2.1	Analisis Jalur (Path Analysis).....	45
3.6.3	Analisis Koefisiensi Determinasi.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Karakteristik Responden	50
4.1.2	Uji Validitas	53
4.1.3	Uji Reliabilitas.....	56
4.1.4	Analisis Jalur (Path Analysis).....	57
4.1.4.1	Analisis Jalur Tahap I.....	57
4.1.4.2	Analisis Jalur Tahap II	61
4.1.4.3	Analisis Jalur Gabungan I dan II.....	65
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	67
4.2.2	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli	68
4.2.3	Pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.4	Pengaruh IKlan terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.5	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70

	melalui Minat Beli	71
4.2.7	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	71
4.3	Temuan Penelitian.....	72
4.4	Keterbatasan Penelitian.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75
5.3	Implikasi Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78