

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran.....	10
B. Merek.....	11
C. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
D. Kualitas Produk.....	19
E. Harga... ..	21
F. Keputusan Pembelian	24
G. Penelitian Terdahulu.....	28
H. Kerangka Pikir.....	28
I. Hipotesis Penelitian.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber Data	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Metode Pengumpulan Data	35
E. Metode Analisis Data	36
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
1. Sejarah Perusahaan.....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
3. Wardah	48
B. Karakteristik Responden.....	51

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas.....	57
B. Uji Reliabilitas.....	59
C. Analisis Diskriminan	60
1. Variabel Yang Berpengaruh.....	60
2. Z Score.....	61
D. Pembahasan Data.....	65

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA.....	70
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	71
----------------------	-----------