

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN ii

KATA PENGANTAR..... iii

ABSTRAKSI..... vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR..... xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah 6

C. Perumusan Masalah 7

D. Tujuan Penelitian 7

E. Manfaat Penelitian 8

F. Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. AIDA..... 11

1. Pengertian AIDA..... 11

B. Merek 16

1. Pengertian Merek.....	16
2. Manfaat Merek.....	18
C. Citra Merek	20
1. Pengertian Citra Merek.....	20
2. Dimensi Citra Merek.....	21
D. Harga.....	23
1. Pengertian Harga.....	23
2. Peranan Harga	25
3. Dimensi Harga	26
E. Kualitas Produk.....	27
1. Pengertian Kualitas Produk.....	27
2. Dimensi Kualitas Produk	28
F. Keputusan Pembelian.....	29
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2. Tipe-tipe Pengambilan Keputusan	33
3. Proses Pengambilan Keputusan	35
G. Penelitian Terdahulu	35
H. Model Penelitian	38
I. Kerangka Pikir Penelitian	39
J. Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis dan Sumber Data	42
C. Populasi dan Sampel	43
D. Metode Pengumpulan Data	45
E. Metode Pengolahan Data	46
F. Analisis Regresi Linier Berganda	50
G. Definisi Operasional Variabel.....	53

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	58
1. Data Perusahaan.....	58
2. Sejarah Perusahaan	58
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	60
B. Karakteristik Responden.....	60

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

A. Hasil Uji Validitas.....	64
B. Hasil Uji Reliabilitas	66
C. Uji Normalitas atau Kolmogorov Smirnov	68
D. Analisis Regresi Linier Berganda	69
E. Uji T , Uji F dan Koefisien Determinasi	71
F. Pembahasan.....	74

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN