

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Badger Invaders	1
1.1.2 Logo Badger Invaders	3
1.1.3 Visi dan Misi Badger Invaders	3
1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan dan Maksud Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Proyek Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Rangkuman Teori	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	17
2.1.4 Merek	18
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	21
2.1.6 Pengukuran <i>Brand Image</i>	22
2.1.7 Perilaku Konsumen	23
2.1.8 Model Perilaku Konsumen	24

2.1.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.1.10 Keputusan Pembelian	29
2.1.11 Struktur Keputusan Pembelian	29
2.1.12 Proses Keputusan Pembelian	31
2.1.13 Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	37
2.6 Batasan Masalah	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Jenis Data	40
3.4 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
3.4.1 Variabel Operasional	41
3.4.2 Skala Pengukuran	44
3.5 Tahap Penelitian	45
3.6 Populasi Teknik Sampling dan Sampel	48
3.6.1 Populasi	48
3.6.2 Teknik Sampling	48
3.6.3 Sampel	48
3.7 Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Pengolahan Data	50
3.8.1 Uji Validitas	50
3.8.2 Uji Reliabilitas	52
3.9 Teknik Analisis Data	53
3.9.1 Statistik Deskriptif	53
3.9.2 Uji Normalitas	55
3.9.3 Uji Regresi Linier Sederhana	56

3.9.4 Uji T	56
3.9.5 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	57
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
4.1 Karakteristi Responden	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	61
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.2.1 Analisis Variabel <i>Brand Image</i>	64
4.2.2.1 Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	72
4.2.3 Uji Normalitas	75
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	78
4.2.4.1 Hasil Regresi Linear Sederhana	78
4.2.4.3 Uji T	79
4.2.4.4 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Bagi Perusahaan	82
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88