

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Bukalapak.com.....	1
1.1.2 Sejarah Bukalapak.com.....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Jenis Produk Bukalapak.com.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek).....	16
2.1.3 <i>Image</i> (Citra).....	17
2.1.4 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	18
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	36
3.2.1 Variabel Penelitian.....	36
3.2.2 Operasional Variabel.....	37
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Jenis Data.....	42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
3.6.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.7.2 Transformasi Skala.....	49
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Profil Responden.....	54
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	58
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan frekuensi Pembelian.....	59
4.2	Analisis Deskriptif.....	60
4.2.1	Variabel Citra Merek (X).....	60
4.2.1.1	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Keunggulan Asosiasi Merek.....	61
4.2.1.2	Tanggapan Responden terhadap Dimesi Keunikan Asosiasi Merek.....	63
4.2.1.3	Tanggapan Responden terhadap Dimesi Kekuatan Asosiasi Merek.....	65
4.2.1.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	69
4.2.2	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	76
4.2.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.2.4	Regresi Linier Sederhana.....	79
4.2.5	Uji Hipotesis.....	80
4.2.5.1	Pengaruh Parsial (Uji t).....	80
4.2.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	81
4.2.7	Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN