

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	12
2.1.4 Produk	14
2.1.5 <i>Brand</i>	14
2.1.6 <i>Brand Image</i>	15

2.1.7	Perilaku Konsumen	16
2.1.8	Keputusan Pembelian.....	20
2.1.9	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
2.4	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Tahapan Penelitian.....	35
3.3	Sampel dan Populasi	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel.....	36
3.4	Pengumpulan Data	37
3.4.1	Jenis Data.....	37
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.7.1	Uji Validitas	40
3.7.2	Uji Realibilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Deskriptif	42
3.6.2	Uji Normalitas.....	44
3.6.3	Regresi Linier Sederhana	45
3.7	Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Validitas	52
4.2.2	Realibilatas	54
4.2.3	Uji Normalitas	54

4.2.4	Analisis Deskriptif	56
4.2.5	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
4.2.6	Hipotesis	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	66
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	67
Daftar Pustaka		
Lampiran		