

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1. Profil Heyjacker <i>Company</i> .....	1
1.1.2. Sejarah Heyjacker <i>Company</i> .....	1
1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4. Jenis Produk Heyjacker <i>Company</i> .....	2
1.2. Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3. Rumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Kegunaan Penelitian .....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	11
2.1. Tinjauan Pustaka Peneliti.....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2. Brand (Merek).....	11
2.1.3. Image (Citra).....	11
2.1.4. Brand Image (Citra Merek).....	12
2.1.5. Proses Keputusan Pembelian .....	14

2.1.6.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	19
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	34
2.3.	Hipotesis Penelitian .....	35
2.4.	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	37
3.2.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	37
3.2.1.	Variabel Penelitian .....	37
3.2.2.	Operasional Variabel.....	38
3.2.3.	Skala Pengukuran.....	41
3.3.	Tahapan penelitian .....	43
3.4.	Populasi dan Sempel .....	43
3.4.1.	Populasi .....	43
3.4.2.	Sampel.....	44
3.4.3.	Teknik Sampling .....	45
3.5.	Pengumpulan Data .....	45
3.5.1.	Jenis data .....	45
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	47
3.6.1.	Uji Validitas .....	47
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	49
3.7.	Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1.	Analisis Statistik Deskriptif .....	50
3.7.2.	Method Successive Interval (MSI) .....	52
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.4.	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	53
3.7.5.	Pengujian Hipotesis.....	54
3.7.6.	Koefisien Determinasi.....	55

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	56
4.1. Karakteristik Responden .....	56
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	57
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	59
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	59
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	66
4.3. Method Succesive Interval (MSI).....	74
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.1. Uji Normalitas .....	75
4.4.2. Uji Heterokedastisitas .....	77
4.4.3. Uji Multikolineritas.....	78
4.4.4. Uji Autokorelasi .....	78
4.5. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	79
4.6. Pengujian Hipotesis .....	80
4.7. Analisis Koefesien Determinasi.....	81
4.8. Pembahasan.....	82
4.8.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	82
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	 84
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	85
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	85
5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya .....	85
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	 86
<b>LAMPIRAN</b> .....	89