

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Zara.....	1
1.1.2 Logo Zara .....	3
1.1.3 Visi dan Misi Zara .....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Peneltian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Pemasaran.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	16
2.2 Merek .....	16
2.2.1 Pengertian Merek.....	16
2.3 Brand Image .....	17
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	17

2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	18
2.4 Kualitas Produk .....	18
2.4.1 Klasifikasi Produk .....	19
2.4.2 Dimensi Kualitas Produk.....	20
2.5 Proses Keputusan Pembelian .....	22
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.7 Penelitian Terdahulu .....	24
2.8 Kerangka Pemikiran.....	31
2.9 Hipotesis Penelitian.....	34
2.10 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Variabel Operasional.....	35
3.3 Skala Pengukuran.....	40
3.4 Tahap Penelitian.....	41
3.5 Populasi dan Sampel .....	41
3.5.1 Populasi .....	41
3.5.2 Sampel .....	42
3.6 Pengumpulan Data .....	43
3.6.1 Data Primer.....	43
3.6.2 Data Sekunder.....	43
3.7 Uji Validitas dan Relibilitas .....	44
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.8 Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.8.2 Uji Method Successive Internal (MSI) .....	48

3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.8.4 Regresi Linier Berganda.....	50
3.9 Pengujian Hipotesis.....	50
3.9.1 Uji F.....	51
3.9.2 Uji t.....	51
3.9.3 Koefisien Determinasi .....	52
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	55
4.2 Analisis Tanggapan Responden .....	56
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	56
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	60
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	62
4.3 Method Succesive Interval (MSI) .....	66
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
4.6 Pengujian Hipotesis.....	70
4.6.1 Uji F.....	70
4.6.2 Uji t.....	71
4.7 Koefisien Determinasi .....	72
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76

5.2.1 Saran Praktis .....	77
5.2.2 Saran Teoritis.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>