

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Pembatasan Masalah .....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kerangka Teori .....	13
2.1.1 Desain.....	13
2.1.1.1 Defenisi Desain .....	13
2.1.2 Citra Merek.....	16
2.1.2.1 Pengertian Citra (Image) .....	16
2.1.2.2 Pengertian Merek.....	17
2.1.2.3 Manfaat Merek .....	18
2.1.2.4 Pengertian Citra Merek.....	21
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	24

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.1.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	27
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	31
2.2 Penelitian yang Relevan .....	33
2.3 Kerangka Berfikir.....	36
2.4 Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5 Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	64
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	70
4.4 Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	74
4.5 Analisis Data .....	76
4.6 Pengujian Model Regresi Linier Berganda .....	80
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86

5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY