

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Perumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kerangka Teori.....	10
2.1.1 Kelompok Referensi .....	10
2.1.1.1 Defenisi Kelompok Referensi .....	10
2.1.1.2 Faktor yang Mementukan Kekuatan Pengaruh Kelompok Referensi .....	15
2.1.1.3 Jenis-jenis Kelompok Referensi berdasarkan Pengelompokannya .....	15
2.1.1.4 Penerapan Konsep Kelompok Refensi pada Promosi	17
2.1.1.5 Pengaruh Kelompok Referensi .....	18
2.1.1.6 Jenis-jenis Kelompok Referensi .....	19
2.1.1.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kekuatan Pengaruh Kelompok Acuan ( <i>Referensi</i> ) .....	20

2.1.1.8 Fungsi Kelompok Referensi dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	20
2.1.1.9 Indikator Kelompok Referensi.....	21
2.1.2 Citra Perusahaan .....	22
2.1.2.1 Pengertian Citra Perusahaan .....	22
2.1.2.2 Manfaat Citra Perusahaan .....	26
2.1.2.3 Tipe Perusahaan yang Cenderung Membutuhkan Citra.....	28
2.1.2.4 Faktor-faktor Keberhasilan Perusahaan Membangun Citra .....	29
2.1.2.5 Proses Terbentuknya Citra .....	29
2.1.2.6 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	30
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	30
2.1.3.2 Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian ..	31
2.1.3.3 Jenis-jenis Keputusan Pembelian Konsumen .....	35
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	38
2.2 Penelitian yang Relevan .....	41
2.3 Kerangka Berpikir .....	43
2.4 Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	46
3.2 Populasi dan Sampel .....	46
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.6 Teknik Analisis Data .....	52
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	54

3.8 Pengujian Hipotesis .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	57
4.1.1 Sejarah Penelitian .....	57
4.2 Identifikasi Responden .....	58
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas Angket .....	60
4.3.1 Variabel Kelompok Referensi.....	60
4.3.2 Variabel Citra Perusahaan.....	61
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.4 Teknik Analisis Data.....	63
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	63
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	64
4.4.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	65
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	66
4.6 Uji Hipotesis .....	67
4.6.1 Hipotesis secara Parsial Menggunakan Uji T.....	67
4.6.2 Hipotesis secara Simultan Menggunakan Uji F.....	68
4.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

## DAFTAR PUSTAKA