

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian Konsumen	11

2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
2.1.1.4 Struktur Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	15
2.1.1.6 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.1.2 Citra Merek	21
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Membentuk Citra Merek	23
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	25
2.1.3 Kelompok Referensi	27
2.1.3.1 Pengertian Kelompok Referensi.....	27
2.1.3.2 Jenis Kelompok Referensi.....	28
2.1.3.3 Indikator Kelompok Referensi	32
2.2 Penelitian Relevan.....	33
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis	37

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39

3.3.1 Variabel Penelitian	39
3.3.2 Definisi Operasional.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	46
3.6.1.2 Uji Heteroskedastisitas	46
3.6.1.3 Uji Multikolinearitas.....	46
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	48
3.6.3.1 Uji t	48
3.6.3.2 Uji f	49
3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Profil Warung ucok Durian	51
4.1.1.1 Sejarah Singkat Warung Ucok Durian.....	51
4.1.1.2 Visi dan Misi Ucok Durian	52
4.1.2 Deskripsi Responden	53

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.1.3.1 Variabel Citra Merek(X1).....	55
4.1.3.2. Variabel Kelompok Referensi(X2)	56
4.1.3.3. Variabel Keputusan PembelianKonsumen(Y).....	57
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.1.4.1. Variabel Citra Merek	58
4.1.4.2. Kelompok Referensi	58
4.1.4.3. Keputusan Pembelian Konsumen	58
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.2.1.1 Variabel Citra Merek (X1).....	59
4.2.1.2 Variabel Kelompok Referensi (X2).....	60
4.2.1.3 Variabel Keputusan Pembelian Konsumen(Y).....	61
4.3 Analisis Data Penelitian	62
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.1.1 Uji Normalitas Data	62
4.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.3.1.3 Uji Multikolinearitas.....	66
4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....	67
4.3.3 Uji Hipotesis	69
4.3.3.1 Uji t (Parsial).....	69
4.3.3.2 Uji F (Simultan)	71
4.3.4 Koefisien Determinasi (R Square).....	72

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.2 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	74
4.4.3 Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

