

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xii</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. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kerangka Teoritis.....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.1.2 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Citra Merek.....	16
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....	16
2.1.2.2 Manfaat Merek .....	18
2.1.2.3 Acuan Asosiasi Merek .....	19
2.1.2.4 Dimensi Merek .....	21
2.1.3 Produk .....	23
2.1.3.1 Pengertian Produk.....	23
2.1.3.2 Atribut Produk .....	25

2.1.3.3 Kualitas Produk .....	26
2.2 Penelitian Relevan .....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	30
2.4 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.3.1 Variabel Penelitian.....	34
3.3.2 Definisi Operasional .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	38
3.5.1 Uji Validitas .....	38
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.1. Uji Normalitas.....	40
3.6.2 Uji Multikolinearitas .....	40
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
3.8 Uji Hipotesis .....	43
3.8.1 Uji F (Simultan) .....	43
3.8.2 Uji t (Parsial).....	44
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	45

4.1.2 Deskripsi Responden.....	46
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2.1 Uji Validitas .....	47
4.2.1.1 Uji Validitas Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	47
4.2.1.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	48
4.2.1.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	48
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	49
4.3 Teknik Analisis Data.....	50
4.3.1 Deskripsi Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	50
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	51
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1 Uji Normalitas .....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
4.6 Uji Hipotesis .....	57
4.6.1 Uji T (Parsial).....	57
4.6.2 Uji F (Simultan) .....	59
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	64

**DAFTAR PUSTAKA..... 66**

**LAMPIRAN**



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY