

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.	
1	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	
5	
1.3 Rumusan masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Kerangka Pemikiran	7
1.7 Hipotesis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.2 Tugas Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 Konsep Pemasaran Inti.	20
2.1.4 Orientasi Perusahaan Terhadap Pasar	23
2.2 Merek	25
2.2.1 Pengertian Merek	26
2.2.2 Brand Image	29
2.2.3 Pengertian Citra Merek	30

2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	32
2.2.5 Tujuan Pencitraan Merek	33
2.2.6 Manfaat Citra Merek	33
2.2.7 Dimensi Citra Merek	34
2.3 Perilaku Konsumen	35
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	35
2.3.2 Jenis- jenis Perilaku Konsumen	35
2.4 Keputusan Pembelian	36
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	38
2.4.3 Proses Keputusan Pembelian	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Objek Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	46
3.4 Jenis dan Sumber Data	47
3.4.1 Jenis Data	47
3.4.2 Sumber Data	48
3.5 Definisi dan Variabel Penelitian	48
3.5.1 Definisi dan Variabel Penelitian	48
3.5.2 Variabel Independent	49
3.5.3 Definisi Variabel Independent	49
3.5.4 Variabel Dependent	49

3.6	Teknik Pengumpulan Data..	51
3.7	Teknik Pengolahan Data ..	52
3.7.1	Uji Validitas.....	53
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.7.3	Statistik Deskriptif.....	55
3.8	Regresi Linier Berganda	56
3.9	Pengujian Hipotesis.....	57
3.9.1	Uji t	57
3.9.2	Uji F.....	58
3.9.3	Analisis Korelasi.....	58
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	59
3.10	Tempat dan Jadwal Penelitian ..	6
0		
3.10.1	Tempat Penelitian.	6
0		
3.10.2	Jadwal Penelitian .	6
0		
BAB	IV	HASIL
		PENELITIAN.
		6

4.1.	Sejarah	Perusahaan	PT.PTI.	6
2				
4.1.1	Sejarah	Wardah	.	6
4				
4.1.2	Visi	Misi	Perusahaan.	6
7				
4.1.3	Struktur		Organisasi,	6
8				
4.1.4			Lokasi.	6
8				
4.2.	Pembahasan Uji Validitas dan Reliabilitas			69
4.2.1	Uji Validitas..			69
4.2.2	Uji Reliabilitas.....			71
4.2.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....			74
4.2.4	Analisis Regresi Berganda.			79
4.3	Uji Hipotesis.....			83
4.3.1	(Uji t).....			83
4.3.1.1	Pengaruh Pengenalan Terhadap Keputusan			
	Pembelian.....			85

4.3.1.2	Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.3.1.3	Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian.	88
4.3.1.4	Pengaruh Kesetiaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.3.2	Hasil Analisis Secara Simultan (Uji F).	90
4.3.3	Hasil Analisis Korelasi.....	93
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
4.3.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.3.5.1	Pengaruh Variasi Pengenalan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	95
4.3.5.2	Pengaruh Variasi Reputasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.3.5.3	Pengaruh Variasi Daya Tarik (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.3.5.4	Pengaruh Variasi Kesetiaan (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	97
4.3.5.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	97
BAB V	PENUTUP.....	99
5.1	Kesimpulan	99

5.2	Saran	.	
		10
0			
5.2.1	Saran	Praktis.	
		10
0			
5.2.2	Saran	Akademis.	
		10
1			
5.2.3		PenelitianSelanjutnya.	
		10
2			
DAFTAR		PUSTAKA.	
		10
3			