DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i
HALAMAN PERNYATAAN..... ii
HALAMAN PENGESAHAN..... iii
HALAMAN PERSETUJUAN……. iv
KATA PENGANTAR..... v
DAFTAR ISI..... viii
DAFTAR TABEL..... x
DAFTAR GAMBAR..... xi
DAFTAR LAMPIRAN..... xii
INTISARI..... xiii
ABSTRACT..... xiv
BAB I PENDAHULUAN
1. Latar Belakang..... 1
2. Rumusan Masalah..... 10
3. Tujuan Penelitian..... 10
4. Manfaat Penelitian..... 10
5. Keaslian Penelitian..... 11
BAB II LANDASAN TEORI
A. KEPUTUSAN PEMBELIAN
1. Pengertian Keputusan Pembelian..... 15
2. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... 17
3. Tahap - tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian..... 24
4. Peran Dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen..... 32
5. Struktur Keputusan Pembelian..... 33
B. CITRA MEREK
1. Pengertian Citra Merek..... 37
2. Membangun Citra Merek..... 39
3. Faktor Terbentuknya Citra Merek..... 41
4. Aspek-aspek Citra Merek..... 43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Kegunaan Citra Merek..... 49
C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... 50
D. Landasan Teoritis..... 53
E. Hipotesis..... 54
BAB III METODE PENELITIAN
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 55
2. Variabel dan Definisi Operasional..... 55
3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling..... 57
4. Teknik Pengumpulan Data..... 59
5. Validitas dan Reliabilitas..... 62
6. Analisis Data..... 70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. HASIL PENELITIAN
1. Deskripsi Subyek..... 71
2. Pengujian Hipotesis..... 75
B. PEMBAHASAN..... 85
BAB V PENUTUP
1. Kesimpulan..... 93
2. Saran 94
DAFTAR PUSTAKA..... 97
LAMPIRAN..... 100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id