

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Pengertian Citra Merek	6
2.1.1. Pengertian Citra Merek	7
2.1.2. Elemen Citra Merek	10
2.1.3. Fungsi Citra Merek bagi Konsumen	10
2.1.4. Citra merek dalam penelitian	11
2.1.5. Faktor- Faktor Pembentuk Citra Merek	11
2.1.6. Indikator Citra Merek	12
2.2. Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.2.3. Konsep Perilaku Konsemen	15
2.2.4. Peran Yang Terjadi Dalam Keputusan Membeli	16
2.2.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.2.6. Indikator keputusan pembelian konsumen.....	16
2.3. Penelitian terdahulu	17
2.4. Kerangka Konseptual.....	221
2.5. Hipotesis	221
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
3.2. Variabel Penelitian.....	24
3.3. Populasi dan Sampel	24
3.3.1. Populasi.....	24
3.3.2. Sampel.....	25
3.4. Instrumen Penelitian	26
3.5. Sumber Data.....	26
3.6. Teknik pengumpulan data.....	27
3.7. Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1. Uji Validitas	27

3.7.2. Uji Reliabilitas	28
3.7.3. Uji Normalitas.....	28
3.7.4. Uji Heterokedastisitas	28
3.7.5. Analisis Regresi Linear Sederhana	29
3.7.6. Uji t (Uji Parsial).....	29
3.7.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
3.8. Lokasi dan Jadwal Penelitian	30
3.8.1. Lokasi.....	30
3.8.2. Jadwal Penelitian	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
4.1.1. Sejarah Singkat UD Serlin.....	31
4.1.2. Struktur Organisasi UD Serlin	32
4.2. Verifikasi Data	33
4.2.1. Gambaran Umum Responden	33
4.2.2. Pengolahan Angket.....	36
4.2.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	39
4.3. Analisis Hasil Penelitian	40
4.3.1. Uji Validitas	40
4.3.2. Uji Reliabilitas	41
4.3.3. Uji Normalitas.....	42
4.3.4. Uji Heterokedastisitas	42
4.3.5. Analisis regresi Linier Sederhana	43
4.3.6. Uji t (Uji Parsial).....	44
4.3.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	46
4.4.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD Serlin Kecamatan Gido Kabupaten Nias	46
4.4.2. Besar Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD Serlin Kecamatan Gido Kabupaten Nias.....	47
4.5. Implikasi Hasil Penelitian	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4. 5 Pengolahan Angket Citra Merek (X).....	37
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X).....	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	43
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial).....	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I Kuesioner Penelitian
2. Lampiran II Jadwal Penelitian
3. Lampiran III Pengolahan Data