

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Penelitian Terdahulu	10
1.7 Kerangka Pemikiran.....	15
1.8 Hubungan Antar Variabel	15
1.8.1 Hubungan Iklan Dengan Keputusan Pembelian	15
1.8.2 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	17
1.9 Hipotesis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Konsep Pemasaran	20
2.2 Promosi	21
2.2.1 Tujuan Promosi	21

2.2.2	Bauran Promosi.....	22
2.3	Perilaku Konsumen	25
2.4	Iklan Dan Media Iklan	26
2.5	Citra Merek	27
2.5.1	Pembentukan Citra Merek.....	28
2.5.2	Komponen Citra Merek.....	29
2.6	Keputusan Pembelian.....	29
2.6.1	Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	30
2.6.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1	Metode Penelitian.....	38
3.1.1	Populasi Dan Sampel	39
3.1.1.1	Populasi	39
3.1.1.2	Sampel.....	39
3.1.1.3	Teknik Sampling Dan Ukuran Sampel	39
3.1.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.1.3	Jenis Dan Sumber Data	41
3.1.4	Operasional Variable Penelitian.....	41
3.1.4.1	Variabel Independen	42
3.1.4.2	Variabel Dependen.....	42
3.1.5	Instrumen Pengukuran	44
3.1.5.1	Pengujian Instrument Penelitian	45
3.1.5.1.1	Uji Validitas.....	45

3.1.5.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.1.6 Analisis Deskriptif	46
3.1.7 Pengujian Hipotesis.....	48
3.1.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.1.7.2 Uji t (Uji Parsial).....	49
3.1.7.3 Uji F(Uji Simultan)	50
3.1.7.4 Analisis Koefisien Determinasi	51
3.2 Objek Penelitian	52
3.3 Jadwal Dan Tempat Penelitian.....	52

DAFTAR PUSTAKA



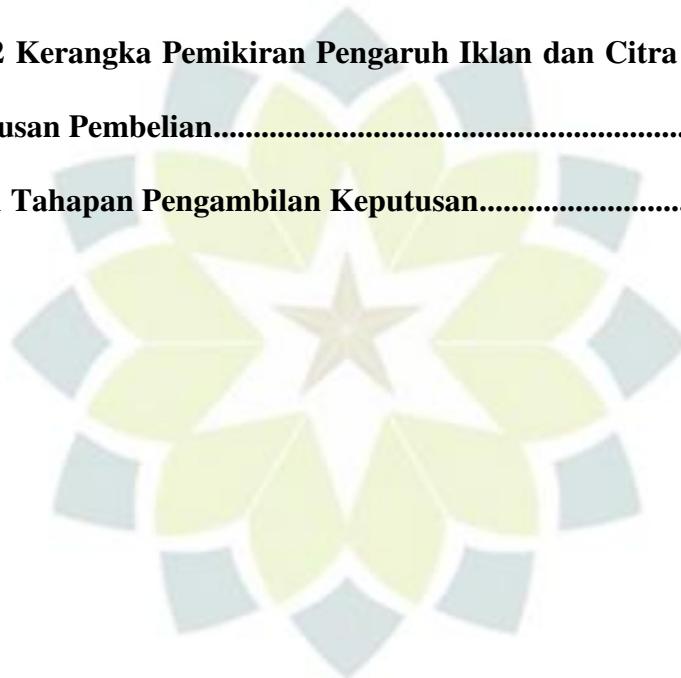
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan data penjualan motor matik Honda dengan matik merek pesaing periode 2010-2015.....	6
Tabel 1.1 Matrik penelitian terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban dan Bobot Nilai Pernyataan.....	44
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Total Skor Tanggapan Responden.....	48
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 3.5 Jadwal penelitian.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan data penjualan motor matik Honda dengan matik merek pesaing periode 2010-2015.....	6
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran Pengaruh Iklan dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan.....	31



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG