

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
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
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
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

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



## DAFTAR GAMBAR

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

