

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan Pembelian Konsumen	12
2. Komunikasi Pemasaran	18
3. Citra Merek	30
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Pengaruh Antar Variabel	42
D. Kerangka Pemikiran	46
E. Hipotesis	46
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	48
B. Populasi	48
C. Sampel.....	48
D. Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data	49
E. Klasifikasi Variabel	50

F. Definisi Operasional Variabel	51
G. Skala Pengukuran Variabel	53
H. Uji Instrumen Penelitian	54
I. Teknik Analisis Data.....	57
J. Pengujian Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	69
1. Analisis Deskriptif	69
2. Karakteristik Responden	70
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian	71
B. Hasil Analisis Data	74
C. Pengujian Hipotesis	80
D. Pembahasan	84
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91

LAMPIRAN

Lampiran 1	96
Lampiran 2.....	103
Lampiran 3	112
Lampiran 4.....	130
Lampiran 5	133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	24
Tabel 3.1	51
Tabel 3.2	53
Tabel 3.3	54
Tabel 3.4	55
Tabel 3.5.....	56
Tabel 4.1	69
Tabel 4.2	71
Tabel 4.3	72
Tabel 4.4	73
Tabel 4.5	74
Tabel 4.6	75
Tabel 4.7.....	76
Tabel 4.8.....	77
Tabel 4.9.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	7
Gambar 1.2	8
Gambar 1.3.....	8
Gambar 2.1	15
Gambar 2.2.....	46
Gambar 3.1	61
Gambar 4.1	78