

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Hipotesis	49
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	51
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Variabel Penelitian dan pengukurannya.....	52
3.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	55
3.6 Metode Analisis.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis	63
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	66
4.3 Implikasi Manajerial	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data Daftar Harga produk minuman energi cair	4
Tabel 1.2	Minuman Energi Cair yang sering Dikonsumsi	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	65
Tabel 4.5	Uji Validitas Citra Merek (X_1)	66
Tabel 4.6	Uji Validitas Harga (X_2)	67
Tabel 4.7	Uji Validitas Kualitas Produk (X_3)	68
Tabel 4.8	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1)	70
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_2)	72
Tabel 4.12	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Prod (X_3)	74
Tabel 4.13	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kep. Pembelian	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	79
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas residual	80

Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas	81
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.18	Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 4.19	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 1	85
Tabel 4.20	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 1	86
Tabel 4.21	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 2	87
Tabel 4.22	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 2	89
Tabel 4.23	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 3	90
Tabel 4.24	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 3	91
Tabel 4.25	Hasil Uji F Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 4	92
Tabel 4.26	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 4	93
Tabel 4.27	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 4	96

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1.	Pembentukan <i>brand image</i> secara induktif	17
Gambar 2.2.	Model 5 Tahap proses Keputusan Pembelian	39
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian dan Jawaban Responden
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil SPSS Uji Asumsi
Lampiran 4	Hasil SPSS Regresi Sederhana dan Berganda