

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Citra merek.....	8
2.1.2 Promosi Penjualan.....	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Review Penelitian Terdahulu.	35
2.3 Kerangka pemikiran.	45
2.4 Hipotesis.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.	50
3.1.1 Profil Perusahaan.	50
3.1.2 Tempat Penelitian.....	51
3.1.3 Produk yang diteliti.....	51
3.1.4 Waktu Penelitian.....	51
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	54
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.6 Metode Analisis.....	60
3.6.2 Uji Asumsi Dasar.....	60
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis ..	65
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan ..	69
4.2.1 Uji instrumen.....	69
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	73
4.2.3 Uji Normalitas.....	82
4.2.4 Uji Linearitas.....	83
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Operasional	96
5.2.2 Saran Akademis	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Urutan <i>Top Brand Awards</i> Kategori Mi Instan Dalam Kemasan 2011	3
Tabel 2.1	Perbedaan Variabel Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	52
Tabel 3.2	Bobot Nilai Pernyataan Kuesioner	56
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan / Uang saku per bulan	68
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1).....	70
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X_2)	71
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	72
Tabel 4.9	Data Deskriptif Variabel Citra Merek	73
Tabel 4.10	Data Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	76
Tabel 4.11	Data Deskriptif variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	84

Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.16	Uji Heterokedastisitas $Lnei^2$ dengan LnX_1	86
Tabel 4.17	Uji Heterokedastisitas $Lnei^2$ dengan LnX_2	87
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Berganda Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	88
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama – sama (Uji F) Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.20	Hasil Analisis Determinasi (R^2) Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	92

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Pembentukan <i>Brand Image</i> Secara Induktif.....	14
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 2.3	Model Pengambilan Keputusan Menurut Schiffman Dan Kanuk.....	34
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Demografi Responden
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Jawaban Kuesioner
Lampiran 6	Uji Normalitas
Lampiran 7	Uji Linearitas
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas
Lampiran 9	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 10	Analisis Regresi Berganda
Lampiran 11	Uji F
Lampiran 12	Koefisien Determinas R^2