

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
A. Deskripsi Konseptual.....	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. Kesadaran Merek.....	16
3. Promosi	21

B. Hasil Penelitian yang Relevan	25
C. Kerangka Teoretik	38
D. Perumusan Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
A. Tempat dan Waktu Penelitian	42
1. Tempat Penelitian	42
2. Waktu Penelitian.....	42
B. Metode Penelitian.....	43
1. Metode	43
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	44
C. Populasi dan Sampling.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	46
2. Kesadaran Merek (Variabel X_1)	51
3. Promosi (Variabel X_2)	56
E. Teknik Analisis Data.....	60
1. Uji Persyaratan Analisis.....	60
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	61
3. Uji Hipotesis	62

4. Analisis Korelasi Ganda	64
5. Perhitungan Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Data.....	65
1. Data Keputusan Pembelian.....	65
2. Data Kesadaran Merek.....	70
3. Data Promosi.....	73
B. Pengujian Hipotesis.....	77
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	77
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	80
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	82
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	85
5. Pengujian Koefisien Determinasi	86
C. Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Implikasi.....	95
C. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98

LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	185