

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Kegunaan Penelitian	12
BAB II.	KAJIAN TEORETIK
A. Deskripsi Konseptual	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. Iklan	21
3. Citra Merek	28
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	34
C. Kerangka Teoretik	40
D. Perumusan Hipotesis	46
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
A. Tujuan Penelitian	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian	47
1. Tempat Penelitian	47
2. Waktu Penelitian	48
C. Metode Penelitian	48
1. Metode	48
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	49
D. Populasi dan Sampel	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	51
a. Definisi Konseptual	51

b.	Definisi Operasional	52
c.	Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	52
d.	Validasi Instrumen Keputusan Pembelian	54
2.	Iklan (Varibel X_1)	56
a.	Definisi Konseptual	56
b.	Definisi Operasional	57
c.	Kisi-Kisi Instrumen Iklan	57
d.	Validasi Instrumen Iklan	59
3.	Citra Merek (Variabel X_2)	61
a.	Definisi Konseptual	61
b.	Definisi Operasional	61
c.	Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek	62
d.	Validasi Instrumen Citra Merek	64
F.	Teknik Analisis Data	65
1.	Uji Persyaratan Analisis	66
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda	67
3.	Uji Hipotesis	68
4.	Perhitungan Koefisien Determinasi	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Deskripsi Data	70
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	70
2.	Iklan (Variabel X_1)	75
3.	Citra Merek (Variabel X_2).....	79
B.	Analisis Data	82
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	83
a.	Uji Normalitas.....	83
b.	Uji Linieritas	85
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda	87
3.	Uji Hipotesis	90
a.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	90
b.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	91
4.	Perhitungan Koefisien Determinasi	92
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	93
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	96
B.	Implikasi	97
C.	Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel:	Judul	Halaman
Tabel III.1	Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	53
Tabel III.2	Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.	54
Tabel III.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel III.4	Kisi-Kisi Instrumen Iklan	58
Tabel III.5	Skala Penilaian Instrumen Iklan	59
Tabel III.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan	60
Tabel III.7	Kisi-kisi Instrumen Citra Merek.....	63
Tabel III.8	Skala Penilaian Instrumen Citra Merek.....	64
Tabel III.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	65
Tabel IV.1	Deskriptif Data Keputusan Pembelian	71
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	72
Tabel IV.3	Hasil Skor Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel IV.4	Deskriptif Data Variabel Iklan	75
Tabel IV.5	Distribusi Frekuensi Variabel Iklan	76
Tabel IV.6	Hasil Skor Variabel Iklan	77
Tabel IV.7	Deskriptif Data Variabel Citra Merek	79
Tabel IV.8	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	80
Tabel IV.9	Hasil Skor Variabel Citra Merek.....	81
Tabel IV.10	Pengujian Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)	83
Tabel IV.11	Pengujian Linieritas Variabel Iklan (X_1)	86
Tabel IV.12	Pengujian Linieritas Variabel Citra Merek (X_2).....	86
Tabel IV.13	Hasil Uji Korelasi Parsial	87
Tabel IV.14	Hasil Uji Korelasi Ganda	88
Tabel IV.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	89
Tabel IV.16	Hasil Perhitungan Uji F	90
Tabel IV.17	Hasil Perhitungan Uji t	91
Tabel IV.18	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar:	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Penjualan <i>Provider</i> di Indonesia	3
Gambar 1.2	Pangsa Pasar Pengguna <i>Provider</i>	5
Gambar II.1	Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian ...	16
Gambar II.2	Dimensi Citra Merek	31
Gambar IV.1	Grafik Histogram Keputusan Pembelian (Y)	73
Gambar IV.2	Grafik Histogram Iklan (X1)	77
Gambar IV.3	Grafik Histogram Citra Merek (X2)	81
Gambar IV.4	Pengujian Normalitas (Probability Plot)	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Perizinan Penelitian	103
Lampiran 2	: Surat Balasan Perizinan Penelitian	104
Lampiran 3	: Kuesioner Survei Awal	105
Lampiran 4	: Data Survei Awal	106
Lampiran 5	: Kuesioner Uji Coba	112
Lampiran 6	: Data Mahasiswa Uji Coba	118
Lampiran 7	: Data Uji Coba Keputusan Pembelian	119
Lampiran 8	: Data Uji Coba Iklan	120
Lampiran 9	: Data Uji Coba Citra Merek	121
Lampiran 10	: Uji Validitas Keputusan Pembelian	122
Lampiran 11	: Uji Validitas Iklan	126
Lampiran 12	: Uji Validitas Citra Merek	129
Lampiran 13	: Perhitungan Setelah Valid Keputusan Pembelian	133
Lampiran 14	: Perhitungan Setelah Valid Iklan	134
Lampiran 15	: Perhitungan Setelah Valid Citra Merek	135
Lampiran 16	: Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	136
Lampiran 17	: Uji Reliabilitas Iklan	137
Lampiran 18	: Uji Reliabilitas Citra Merek	138
Lampiran 19	: Kuesioner Final Penelitian	139
Lampiran 20	: Data Mahasiswa Final Penelitian	144
Lampiran 21	: Skor Data Final Keputusan Pembelian.....	146
Lampiran 22	: Skor Data Final Iklan	148
Lampiran 23	: Skor Data Final Citra Merek	150
Lampiran 24	: Proses Penghitungan Histogram Keputusan Pembelian.	152
Lampiran 25	: Proses Penghitungan Histogram Iklan	153
Lampiran 26	: Proses Penghitungan Histogram Citra Merek	154
Lampiran 27	: Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	155
Lampiran 28	: Uji Linieritas Iklan dan Citra Merek	156
Lampiran 29	: Uji Korelasi Parsial	157
Lampiran 30	: Uji Korelasi Ganda dan Determinasi	158
Lampiran 31	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	159
Lampiran 32	: Hasil Perhitungan Uji F dan t	160
Lampiran 33	: Titik Persentase Distribusi F	161
Lampiran 34	: Titik Persentase Distribusi t	164
Lampiran 35	: Tabel Nilai r <i>Product Moment (Pearson)</i>	167