

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Merek	20
2.1.3 Kualitas Merek	25
2.1.4 Sikap Merek	30
2.2 Kerangka Pikir	32
2.3 Hipotesis	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1 Uji Normalitas Data	38
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	38
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi.....	40
3.6 Definisi Operasional.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2 Karakteristik Responden.....	45

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	.46
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	.47
4.1.2.3 Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan.....	.48
4.1.3 Hasil analisis Data.....	.49
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	.49
4.1.3.2 Hasil Uji Reabilitas	.50
4.1.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	.51
4.1.3.3.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	.51
4.1.3.3.2 Hasil Multikolinearitas.....	.53
4.1.3.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	.54
4.1.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	.55
4.1.3.5 Hasil Uji F.....	.56
4.1.3.6 Hasil Uji t.....	.58
4.1.3.7 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	.59
4.2 Pembahasan.....	.60
4.2.1 Kualitas Merek Dan Sikap Merek Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	.60
4.2.2 Kualitas Merek Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	.61
4.2.3 Sikap Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	.62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

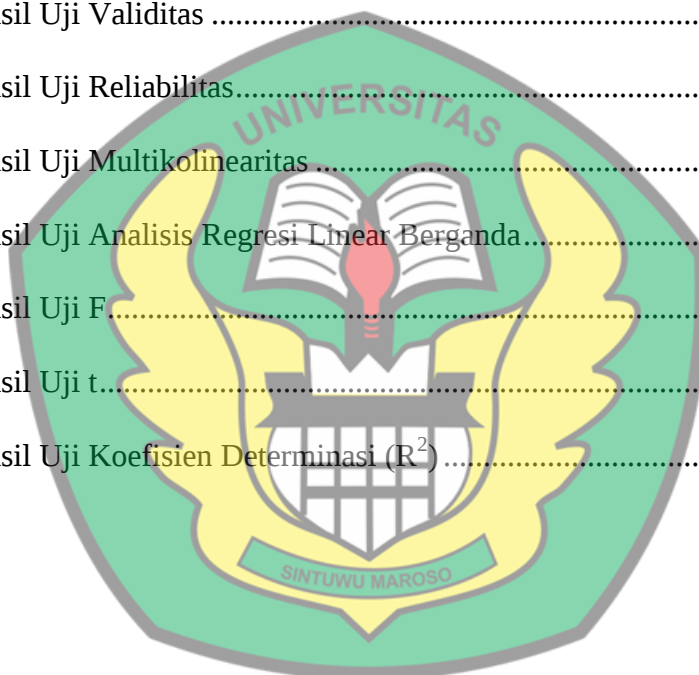
5.1 Kesimpulan	.63
5.2 Saran.....	.65

DAFTAR PUSTAKA.....	.66
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN	.68
------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

3.1. Instrument Skala Likert	22
4.1. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2. Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	47
4.3. Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.4. Hasil Uji Validitas	49
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.6. Hasil Uji Multikolinearitas	53
4.7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.8. Hasil Uji F.....	57
4.9. Hasil Uji t.....	58
4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59



DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Pikir	32
4.1. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable : Keputusan Pembelian (Y)	52
4.2. Grafik <i>Scatterplot</i>	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	68
Lampiran 2. Data Hasil Penelitian	71
Lampiran 3. R-tabel	73
Lampiran 4. T-tabel	75
Lampiran 5. F-tabel.....	77
Lampiran 6. Hasil SPSS Uji Validitas	79
Lampiran 7. Hasil SPSS Uji Reliabilitas	82
Lampiran 8. Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik.....	83
Lampiran 9. Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda	85
Lampiran 10. Hasil SPSS Uji Signifikansi Simultan.....	85
Lampiran 11. Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85

