

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.3 Citra Merek.....	23
2.4 Duta Merek.....	28
2.5 Intensitas Promosi.....	33
2.6 Kerangka Pemikiran	40
2.7 Hipotesis	40
BAB III METODELOGI PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.1 Variabel Independen.....	41
3.1.2 Variabel Dependen	41
3.1.3 Definisi Operasional	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	43

3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel	43
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1	Data Primer.....	45
3.3.2	Data Sekunder	45
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5	Uji Kelayakan Kuisisioner	46
3.5.1	Uji Semantik.....	47
3.5.2	Uji Statistik.....	59
3.6	Teknik Analisis	62
3.6.1	Angka Indeks.....	62
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.7	Uji Hipotesis	67
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	69
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	70
4.2	Angka Indeks	72
4.2.1	Angka Indeks Variabel Citra Merk	73
4.2.2	Angka Indeks Variabel Duta Merk.....	74
4.2.3	Angka Indeks Variabel Intensitas Promosi	75
4.2.4	Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian	76
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	77
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.3.3	Uji Kelayakan Model.....	83
4.4	Uji Hipotesis	84
BAB V	PENUTUP.....	91
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	91
5.2	Implikasi Teori.....	93
5.3	Implikasi Manajerial	95
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	99
5.5	Saran Peneliti Mendatang	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101	

