

DAFTAR ISI

MOTTO

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PENGESAHAN

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
1. Aspek Akademis	7
2. Aspek Praktis	7
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu	9
B. Pengertian Pemasaran	16
C. Pengertian Merek	17
D. Manfaat Merek	19

E. Tujuan Pemberian Merek	21
F. Ekuitas Merek	22
G. Pengertian Citra Merek	23
H. Komponen Citra Merek	24
1. Citra Pembuat	24
2. Citra Pemakai	25
3. Citra Produk	26
I. Keputusan Konsumen	27
J. Keputusan Pembelian	27
1. Definisi Keputusan Pembelian	27
2. Proses Keputusan Pembelian	28
K. Motif-motif Pembelian	30
L. Kebiasaan Membeli	30
M. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
1. Kebudayaan	31
2. Kelas Sosial	31
3. Keluarga	31
4. Klub-klub	32
N. Kerangka Pemikiran	32
O. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	33
P. Model Konseptual dan Hipotesis	34
1. Model Konseptual	34
2. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	36

C. Variabel dan Pengukuran	36
1. Variabel	36
a. Variabel Bebas	37
b. Variabel Terikat	37
2. Definisi Operasional Variabel	39
a. Variabel Bebas	39
1) Citra Pembuat	39
2) Citra Pemakai	39
3) Citra Produk	40
b. Variabel Terikat	40
3. Skala Pengukuran	40
D. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Kuesioner	44
2. Wawancara	44
F. Teknik Analisis Data	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Metode Analisis Data	47
H. Pengujian Hipotesis	48
1. Uji Signifikan Bersama-sama (Uji F)	48
2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	49
3. Koefisien Determinasi (R^2)	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	52
1. Sejarah Perkembangan PT. Astra International, Tbk	52
2. PT. Astra International, Tbk Daihatsu	53
3. Visi dan Misi PT. Astra International, Tbk Daihatsu	55
4. Slogan Daihatsu	55
5. Tujuan Perusahaan	56
6. Nilai-nilai Perusahaan	57
7. Bidang Usaha	58
8. Produk Daihatsu	59
9. Lokasi Perusahaan	62
10. Struktur Organisasi	62
11. Personalia	68
12. Pemasaran	71
B. Gambaran Umum Responden	72
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk	74
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	76
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	77
C. Gambaran Variabel yang Diteliti	77
1. Deskripsi Frekuensi Variabel Citra Pembuat (X_1)	77
2. Deskripsi Frekuensi Variabel Citra Pemakai (X_2)	81
3. Deskripsi Frekuensi Variabel Citra Produk (X_3)	83
4. Deskripsi Frekuensi Variabel Proses Keputusan	

Pembelian (Y)	87
D. Hasil Analisis Data	89
1. Analisis Regresi Linier Berganda	89
2. Pengujian Hipotesis	92
E. Pembahasan Hasil Penelitian	95
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
 DAFTAR PUSTAKA	 102