

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Praktis	13
1.4.2 Kegunaan Akademis	14
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
1.5.1 Lokasi Penelitian	14
1.5.2 Waktu Penelitian	14
BAB II	15
2.1 KAJIAN PUSTAKA	15
2.1.1 <i>Brand Positioning</i>	15
2.1.1.1 Nilai <i>Brand Positioning</i>	16

2.1.1.2	Indikator <i>Brand Positioning</i>	18
2.1.2	<i>Brand Equity</i>	20
2.1.2.1	Manfaat <i>Brand Equity</i>	22
2.1.2.2	Indikator <i>Brand Equity</i>	23
2.1.3	Keputusan Pembelian	25
2.1.3.1	Komponen Keputusan Pembelian	26
2.1.3.2	Indikator Keputusan pembelian	27
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Pemikiran.....	31
2.2.1	Hubungan <i>Brand Positioning</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2.2	Hubungan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2.3	Hubungan <i>Brand Positioning</i> dan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3	Hipotesis.....	35
BAB III	37
3.1	Objek Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian.....	38
3.2.1	Desain Penelitian.....	39
3.2.2	Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	44
3.2.3.1	Sumber Data	44
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data.....	46
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.4.1	Uji Validitas	48
3.2.4.2	Uji Reabilitas	50

3.2.4.3	Uji MSI	51
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	53
3.2.5.1	Rancangan Analisis.....	53
3.2.5.2	Analisis Deskriptif (Kualitatif)	53
3.2.5.3	Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	54
3.2.5.4	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV	65
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	65
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	65
4.1.2	Struktur Organisasi	68
4.2	Karakteristik Responden	68
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	72
4.3	Analisis Deskriptif	73
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Positioning</i> (X_1).....	74
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Equity</i> (X_2)	81
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
4.4	Analisis Verifikatif.....	96
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	96
4.4.2	Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda	103
4.4.3	Analisis Korelasi	105
4.5.3.1	Analisis Korelasi Simultan	106
4.5.3.2	Analisis Korelasi Parsial	106

4.4.4	Koefisien Determinasi.....	108
4.5	Pengujian Hipotesis.....	110
4.5.1	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T).....	110
4.5.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	114
BAB V	106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	115