DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN……i
PERNYATAAN KEASLIAN ……ii
MOTTO……iii
ABSTRACT iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI..... ix
DAFTAR TABEL..... xii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN..... xvii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5
1.2.1 Identifikasi Masalah…… 5
1.2.2 Rumusan masalah.....5
1.3 Maksud dan Tujuan.....6
1.3.1 Maksud Penelitian……6
1.3.2 Tujuan Penelitian……6
1.4 Kegunan Penelitian 7
1.4.1 Kegunaan Praktis 7
1.4.2 Kegunaan Akademis 7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka 10
2.1.1 Ekuitas Merek……12
2.1.1.1 Pengertian Ekuitas Merek……12
2.1.1.2Menciptakan Ekuitas Merek 14
2.1.1.3 Nilai Ekuitas Merek…. 14
2.1.1.4 Kategori Ekuitas Merek 15
2.1.2 Promosi Penjualan 20
2.1.2.1 Pengertian Promosi Penjualan……20
2.1.2.2 Pengelompokan Promosi Penjualan.....22
2.1.2.3 Tujuan Promosi Penjualan 23
2.1.2.4 Manfaat Promosi Penjualan…… 24
2.1.2.5. Alat Promosi Penjualan.....25
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen 27
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen…….27
2.1.3.2 Faktor Keputusan Pembelian Konsumen.....28
2.1.3.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen 29
2.1..4 Perbedaan Dengan Peneliti Lain ……31

2.2 Kerangka Pemikiran.....33
2.2.1Keterkaitan Ekuitas Merek dengan Promosi Penjualan 35
2.2.2 Keterkaitan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian Konsumen..35
2.2.3 Keterkaitan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....36
2.3 Hipotesis.....37

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian…….…….38
3.2 Metode Penelitian…….…….....……..38
3.2.1 Desain Penelitian……..……..41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel……..……43
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data…….....….46
3.2.3.1 Sumber Data……..……...……46
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data……...…..47
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data(Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi)……...…….....…...50
3.2.4.1 Uji Validitas…….....……51
3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....55
3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval) ……..……...60
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis….....62
3.2.5.1 Rancangan Analisis.....62
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan……..……...74
4.1.1 Sejarah Perusahaan …….....……...74
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan…….....……..75
4.1.3 Job description……..…….....……76
4.1.4 Aktivitas Perusahaan…….....……..78
4.2 Pembahasan Penelitian…….....…..78
4.2.1 Kareteristik Responden…….....78
4.3 Analisis Deskriftif …….....…….82
4.3.1 Analisis Deskriftif Tanggapan Konsumen Mengenai Ekuitas Merek Pada Produk Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.....82
4.3.2 Analisis Deskriftif Tanggapan Konsumen Mengenai Promosi Penjualan Pada Produk Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung…….……...92
4.3.3 Analisis Deskriftif Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen…….....…….101
4.4 Analisis Verifikatif…….....…..……105
4.4.1 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen…….....……105

4.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen……...……..…113
4.4.3 Pengaruh Ekuitas Merek (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)…….....124

BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan……..……..128
5.2 Saran…….....……129

DAFTAR PUSTAKA.....131
KUESIONER
LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN