DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah.....9

1.2.2 Rumusan Masalah.....10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Peneitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Praktis 11

1.4.2 Kegunaan Akademis 12

1.5 Lokasi dan Waktu Peneitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian.....12

1.5.2 Waktu Penelitian.....12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....14

2.1.1 Diferensiasi Produk 14

2.1.1.1 Pengertian Produk 14

2.1.1.2 Pengertian Strategi Diferensiasi Produk 15

2.1.1.3 Jenis-Jenis Diferensiasi Produk 16

2.1.1.4 Indikator Diferensiasi Produk 19

2.1.2 Citra Merek 22

2.1.2.1 Pengertian Citra (*Image*) 22

2.1.2.2 Pengertian Merek (*Brand*) 23

2.1.2.3 Pengertian Citra Merek 24

2.1.3 Keputusan Pembelian 25

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 25

2.1.3.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian 26

2.1.3.3 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian 29

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 31

2.2 Kerangka Pemikiran.....33

2.2.1 Hubungan Diferensiasi Produk dengan Keputusan Pembelian 36

2.2.1 Hubungan Diferensiasi Produk dengan Citra Merek 36

2.2.3 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian 36

2.3 Hipotesis Penelitian.....39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 40

3.2 Metode Penelitian.....41

3.2.1 Desain Penelitian 43

3.2.2 Operasionaliasasi Variabel 47

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....51

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder) 51

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 51

3.2.3.3 Teknik Pengumpulan Data 53

3.2.5 Analisa Inferensial 55

3.2.4.1 Uji Validitas 55

3.2.4.2 Uji Realibilitas 57

3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 59

3.2.6.1 Rancangan Analisis 59

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis 66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 69

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 69

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 70

4.1.3 Uraian Tugas (*Job Description*) 71

4.2 Karakteristik Responden 73

4.3 Analisis Deskriptif 79

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi Produk 79

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek 90

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Proses Keputusan Pembelian 94

4.4 Hasil Uji Inferensial 101

4.4.1 Uji Validitas 101

4.4.2 Reliabilitas 103

4.5 Analisis Verifikatif 103

4.5.1 Analisis Koefisiensi Korelasi 105

4.5.2 Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Citra Merek 106

4.5.3 Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian 108

4.6 Pengujian Hipotesis.....111

4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial 111

4.6 Pembahasan 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 121

5.2 Saran.....123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP