DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN…. **i**

LEMBAR PERNYATAAN..... **ii**

MOTTO..... **iii**

ABSTRAK..... **iv**

***ABSTRACT*.....** **v**

KATA PENGANTAR..... **vi**

DAFTAR ISI..... **ix**

DAFTAR GAMBAR..... **xii**

DAFTAR TABEL..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah..... 10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Maksud dan Tujuan 11

1.3.1 Maksud Penelitian..... 12

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Akademis 12

1.4.2 Kegunaan Praktis 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

1.5.1 Lokasi Penelitian 13

1.5.2 Waktu Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 15

2.1.1 Citra Merek..... 15

2.1.1.1 Defenisi Citra Merek 15

2.1.1.2 Inikator Citra Merek 16
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Membentuk Citra Merek 17
2.1.2 Pelaksanaan Periklanan 18
2.1.2.1 Definisi Pelaksanaan Periklanan 18
2.1.2.2 Indikator Pelaksanaan Periklanan 19
2.1.2.3 Fungsi dan Tujuan Periklanan 20
2.1.2.4 Jenis Periklanan 21
2.1.2.5 Jenis Media Periklanan 23
2.1.3 Keputusan Pembelian 24
2.1.3.1 Defenisi Keputusan Pembelian 24
2.1.3.2 Indikator Keputusan Pembelian 24
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 26
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 27
2.2 Kerangka Pemikiran 30
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2.2 Pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2.3 Pengaruh Citra Merek dan Pelaksanaan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian 32
2.3 HIPOTESIS 33
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 34
3.2 Metode Penelitian 35
3.2.1 Desain Penelitian 36
3.2.2 Operasional Variabel 38
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 42
3.2.3.1 Sumber Data 43
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 43
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 44
3.2.4.1 Uji Validitas 46
3.2.4.2 Uji Reabilitas 48
3.2.4.3 Uji MSI 52

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 54
3.2.5.1 Rancangan Analisis 56
3.2.5.2 Pengujian Hipotetsis 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 64
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 67
4.1.2 Visi dan Misi 67
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT.Sepatu Bata 69
4.2. Karakteristik Responden 69
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 74
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 74
4.3 Analisis Deskriptif 75
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1) 76
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Periklanan (X_2) 76 82
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) 86
4.4 Analisis Verifikatif 92
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 92
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik 94
4.4.3 Uji Koefisien Korelasi Pearson 98
4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi 100
4.5 Pengujian Hipotesis 103
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 103
4.5.1.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 103
4.5.1.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial Periklanan terhadap Keputusan Pembelian 105
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 108
5.1 Kesimpulan 111
5.2 Saran 112
DAFTAR PUSTAKA