

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	6
1.4 Kontribusi Tugas Akhir.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	7
2.2 Brand Image.....	7
2.2.1 Strength of Brand Associations	9
2.2.2 Favorability of Brand Associations.....	9
2.2.3 Uniqueness of Brand Associations	9
2.3 Keputusan Pembelian	9
2.3.1 Faktor Budaya.....	10
2.3.2 Faktor Sosial	10
2.3.3 Faktor Pribadi	11
2.3.4 Faktor Psikologis	11
2.3.5 Studi Sebelumnya	12
2.3.6 Korelasi antara Brand Image dengan Keputusan Pembelian	14
2.3.7 Kerangka Konseptual	15
2.3.8 Hipotesis Studi	15
BAB III. METODE TUGAS AKHIR	16
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
3.2 Jenis Studi.....	16
3.3 Tahapan Studi	16
3.4 Jenis Data, Alat dan Bahan	16
3.5 Teknik Penghimpunan Data.....	16
3.6 Populasi dan Sampel.....	17
3.6.1 Populasi	17
3.6.2 Sampel	17
3.7 Variabel Penelitian	18
3.7.1 Variabel Independen	18

3.7.2	Variabel Dependen	18
3.8	Instrumen Penelitian.....	20
3.8.1	Uji Validitas	20
3.8.2	Uji Reliabilitas	20
3.9	Metode Analisis	20
3.9.1	Uji Asumsi Klasik.....	20
3.9.2	Persamaan Linier Berganda	21
3.9.3	Uji Hipotesis	21
BAB IV.	DESAIN DAN SISTEM	23
4.1	Deskripsi Umum Studi	23
4.2	Ciri Responden.....	24
4.2.1	Ciri Responden sesuai Gender	24
4.2.2	Ciri Responden sesuai Umur	24
4.2.3	Ciri Responden sesuai Profesi.....	25
4.2.4	Ciri Responden sesuai Tempat Tinggal	25
BAB V.	PENGUJIAN DAN ANALISA (HASIL SERTA PEMBAHASAN)	27
5.1	Hasil Uji	27
5.1.1	Uji Validitas	27
5.1.2	Uji Reliabilitas	28
5.1.3	Uji Normalitas.....	28
5.1.4	Uji Muktikolinearitas	29
5.1.5	Analisa Regresi Linier Berganda.....	30
Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS		30
5.1.6	Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t).....	30
Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS		31
5.1.7	Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)	32
Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS		32
5.2	Pembahasan	32
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
6.1	Kesimpulan.....	35
6.2	Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....		37
LAMPIRAN.....		40

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Sebelumnya	12
Tabel 3.1 Tabel Variabel	18
Tabel 3.2 Tabel Skala Ukur.....	19
Tabel 4.1 Ciri Responden sesuai Gender.....	24
Tabel 4.2 Ciri Responden sesuai Umur.....	24
Tabel 4.3 Ciri Responden sesuai Profesi	25
Tabel 4.4 Ciri Responden sesuai Tempat Tinggal	26
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	27
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	27
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitasss Variabel X dan Y	28
Tabel 5.4 Hasil Uji Multikolinieritas	29
Tabel 5.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	30
Tabel 5.6 Hasil Uji t.....	31
Tabel 5.7 Hasil Uji F.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Rumah Roti.....	3
Gambar 1.2 Data Jumlah Pembeli Rumah Roti	4
Gambar 1.3 Data Jumlah Pembeli Rumah Roti	4
Gambar 1.4 Data Jumlah Pembeli Kompetitor.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 5.1 Grafik P-Plot.....	29