

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II: KAJIAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Telaah Penelitian Sebelumnya	7
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Bauran Promosi	10
2.2.2. Ekuitas Merek	12
2.2.3. Keputusan pembelian.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4. Pengembangan Hipotesis	21

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Lokasi penelitian	25
3.3. Definisi Variabel Operasional	25
3.4. Populasi dan Sampel.....	27
3.5. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Analisis Data	31

3.7.1. Analisis Deskriptif	31
3.7.2. Analisis Kausalitas dengan SEM.....	32
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Deskriptif.....	38
4.1.1. Karakteristik Responden.....	38
4.1.2. Persepsi Konsumen terhadap Variabel Bauran promosi, Ekuitas merek dan Keputusan pembelian.....	44
4.2. Analisis Structural Equation Model	47
4.3.1. Uji Indikator	48
4.3.2. Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)	49
4.2.3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
4.4. Pembahasan dan Implikasi	57
BAB V: KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Nilai Kritis pengujian dengan program AMOS (Ghozali, 2011)	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.2 Usia Responden	39
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	40
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.4 Penghasilan per bulan Responden	42
Tabel 4.7 Sumber Informasi	43
Tabel 4.8 Kriteria Persepsi Konsumen	44
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Bauran promosi.....	45
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Ekuitas merek	46
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Keputusan pembelian Konsumen	47
Tabe 4.12 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.13 Goodness of Fit Index.....	50
Tabel 4.14 Hasil Estimasi Dengan Model AMOS.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Atribut Ekuitas Merek.....	16
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1. Hasil model penelitian	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuisisioner Penelitian

Lampiran B. Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran C Hasil Uji Indikator dengan SEM

Lampiran D. Hasil Analisis AMOS