DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL... ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Kegunaan Penelitian 5
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 6
1.6. Metode Penelititan 11
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Pengertian Pemasaran 13
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 14
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran 15
2.3.1 Pengertian Produk 18
2.3.2 Klasifikasi Produk 20
2.3.3 Bauran Produk 25
2.4 Merek 26
2.4.1 Pengertian Merek 27
2.4.2 Karakteristik Merek 29
2.4.3 Manfaat Merek 30
2.5 Keputusan Dalam *Branding* 32

2.6 Citra Merek (*Brand Image*) ……..…….. 32
2.6.1 Pengertian Citra Merek (*Brand Image*) ……..… 32
2.6.2 Dimensi Citra Merek ……...…… 34
2.6.3 Strategi Mencapai *Brand Image* ……... 35
2.7 Perilaku Konsumen …..... 35
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen …….....… 35
2.7.2 Jenis Pembelian …….....…… 37
2.7.3 Lima Peran Dalam Keputusan Pembelian …..... 40
2.8 Keputusan Pembelian ……..... 41
2.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian 41
2.8.2 Lima Keputusan yang dilakukan oleh Pembeli 45
2.9 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian …. 48

BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian ……..... 50
3.1.1 Profil Perusahaan ……..…..... 50
3.1.2 Struktur Orgsanisasi Dan Uraian Tugas pada Perusahaan Nike ……..... 52
3.1.3 Tugas dan Wewenang ……..... 56
3.1.4 Jenis Produk ……..…..…… 58
3.2 Metode Penelitian ……..…… 59
3.2.1 Variabel Penelitian ……..... 59
3.2.2 Oprasional Variabel ……..…. 61
3.2.3 Sumber Data ……..…… 62
3.2.4 Populasi Dan Sampel ……..…… 63
3.2.5 Karakteristik Sampel ……..…… 65
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data ……... 66
3.2.7 Teknik Pengolahan dan Analisis data ……... 67
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas ……..... 69
3.3.1 Uji Validitas ……..... 69
3.3.2 Uji Reliabilitas …….....… 71

3.3.3 Koefesien Korelasi *Rank Spearman* ……. 70
3.3.4 Koefisien Determinasi …..... 73
3.3.5 Rancangan Uji Hipotesis ……..... 73
3.4 Penarikan Kesimpulan …….....…. 75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Tanggapan Konsumen Terhadap *Brand Image* Sepatu Nike 76
4.1.1 Karakteristik Responden …..... 76
4.2 Hasil Penelitian …….....…... 108
4.2.1 Uji Validitas …….....…. 108
4.2.2 Uji Reliabilitas …….....…...…. 109
4.2.3 Analisis Koefisien Korelasi *Rank Spearman* …..... 111
4.2.4 Koefisien Determinasi ……..... 113
4.2.5 Pengujian Hipotesis ……..... 114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan ……..... 116
5.2 Saran …….....… 117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN