

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK, GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	18
2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	23
2.1.5 Brand.....	27

2.2 Variabel Penelitian.....	34
2.2.1 Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.2.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	36
2.2.3 <i>Brand Association</i> (Asosiasi merek).....	42
2.2.4 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	50
2.2.5 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	57
2.3 Penelitian Terdahulu	65
2.3.1 Hasil Penelitian	66
2.4 Kerangka Pemikiran.....	70
2.5 Hipotesis	70

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	72
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ...	72
3.2.1 Variabel Penelitian.....	72
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	74
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	79
3.3.1 Populasi.....	79
3.3.2 Sampel.....	80
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	83
3.4.1 Jenis data	83
3.4.2 Sumber data	83
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	84
3.5.1 Studi Kepustakaan	85
3.5.2 Studi Lapangan	85
3.6 Metode Analisis Data.....	87

3.6.1 Analisis Data Kuantitatif.....	87
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	90
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	93
3.6.4 Uji Goodness of Fit.....	95

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	100
4.1.1 Profil PT. DAM (Daya Adicipta Mustika).....	100
4.1.2 Profil HSFCB (<i>Honda Street Fire Club Bandung</i>)	106
4.2 Gambaran Umum Responden	107
4.2.1 Profil Responden.....	108
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	110
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	146
4.3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	148
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	151
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	156
4.3.4 Uji Goodness of Fit.....	159
4.4 Pembahasan.....	166

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	170
5.2 Saran	173

DAFTAR PUSTAKA	176
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	181
----------------------	------------