

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Sertifikat	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Abstract... ..	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II Telaah Pustaka dan Rencana Kerangka Pemikiran Teoritis	9
2.1. Telaah Pustaka	9
2.1.1. Keputusan Pembelian	9
2.1.2. Brand Awareness	10
2.1.3. Brand Association	13
2.1.4. Perceived Quality	18
2.1.5. Brand Loyalty	20
2.2. Pengaruh Antar Variabel	24
2.2.1. Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.2. Pengaruh Brand Association terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2.3. Pengaruh Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian	25
2.2.4. Pengaruh Brand Loyalty terhadap keputusan pembelian	26
2.3. Penelitian Terdahulu	26
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27

2.5. Variabel dan Indikator Variabel.....	28
BAB III Metode Penelitian	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.3. Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4. Metode Pengumpulan Data	31
3.5. Analisis Data Kuantitatif	32
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	40
4.1. Data Deskriptif	40
4.2. Analisa Kuantitatif	40
4.3. Pembahasan	54
BAB V Simpulan dan Implikasi Kebijakan.....	57
5.1. Ringkasan Penelitian.....	57
5.2. Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian	58
5.3. Kesimpulan atas Masalah Penelitian	61
5.4. Implikasi	62
5.4.1. Implikasi Teoritis.....	62
5.4.2. Implikasi Manajerial	64
5.5. Keterbatasan Penelitian	66
5.6. Agenda Penelitian Mendatang	66
Daftar Pustaka	67