



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	9
2.2. Manajemen Pemasaran.....	10
2.3. Keputusan Pembelian.....	11
2.3.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
2.4. Merek... ..	13
2.5. Equitas Merek (Brand Equity)	14
2.5.1. Kesadaran Merek (Brand Awareness)	17
2.5.2. Alasan Ekuitas merek Dikaji Dibandingkan Brand Awareness	19
2.6. Hubungan Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.6.1. Hubungan Top of Mind Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.6.2. Hubungan Brand Recall Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6.3. Hubungan Brand Recognition Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.7. Pandangan Menurut Islam.....	22
2.8. Penelitian Terdahulu	24



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9. Hipotesis.....	26
2.10. Variabel Penelitian	27
2.11. Defenisi Operasional Variabel	27
2.12. Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2. Jenis dan Sumber Data	29
3.2.1 Data Primer	29
3.2.2 Data Sekunder	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1 Kuesioner	29
3.3.2 Wawancara	29
3.4. Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5. Analisis Data	32
3.6. Uji Kualitas Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.6.3 Uji Normalitas Data	34
3.7. Uji Asumsi Klasik	35
3.7.1 Uji Multikolinieritas.....	35
3.7.2 Uji Otokolerasi	35
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.8. Uji Regresi Berganda	37
3.9. Uji Hipotesis.....	38
3.9.1 Uji Secara Parsial (Uji t)	38
3.9.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	38
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	39

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1. Gambaran umum CV. Karisma Jaya.....	40
4.2. Sejarah Berdirinya CV. Karisma Jaya	40
4.3. Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.4. Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.4.1. Visi.....	44
4.4.2. Misi.....	44

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden.....	45
5.1.1 Jenis Kelamin	45
5.1.2 Usia.....	45
5.1.3 Alamat	46
5.1.4 Pekerjaan	47
5.2. Penentuan Range	47
5.3. Deskriptif Variabel	48
5.3.1 Top of Mind.....	48
5.3.2 Brand recall.....	59
5.3.3 Band Recognition	51
5.3.4 Keputusan Pembelian	53
5.4. Uji Kualitas data	54
5.4.1 Uji Validitas.....	54
5.4.2 Uji Reabilitas	56
5.4.3 Uji Normalitas	57
5.5. Uji Asumsi Klasik	59
5.5. 1 Uji Multikolonierritas	59
5.5.2 Uji Otokorelasi	60
5.5.3 Uji heteroskedastisitas	61
5.6. Regresi Linier Berganda.....	62
5.7. Uji Hipotesis	65
5.7.1 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	65
5.7.2 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
5.8. Pembahasan	68
5.8.1 Pengaruh Kesadaran Merek Berdasarkan Top Of Mind Terhadap keputusan Pembelian	68
5.8.2 Pengaruh Kesadaran Merek Berdasarkan Brand Recall Terhadap keputusan Pembelian.....	69
5.8.3 Pengaruh Kesadaran Merek Berdasarkan Brand Recognition Terhadap keputusan Pembelian.....	70
5.8.4 Pengaruh Kesadaran Merek Secara Bersama-Sama Berdasarkan Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition Terhadap keputusan Pembelian.....	70

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	72
6.2. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN