

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran	9
2.2 Pengertian Produk.....	10
2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	11
2.3.1. Pengertian Merek (Brand).....	11
2.3.2. Manfaat Merek.....	12
2.3.3. Pengertian Citra (Image).....	14
2.3.4. Pengertian Citra Merek	15
1. Atribut.....	16
2. Manfaat.....	17
3. Nilai.....	18
2.3.5. Manfaat Citra Merek.....	19
2.4 Perilaku Konsumen	19
2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen	19
2.4.2. Jenis-Jenis Perilaku Konsumen.....	20
2.5 Keputusan Membeli	22
2.5.1. Pengertian Keputusan Membeli	22
2.5.2. Proses Dan Tahapan Pengambilan Keputusan Membeli	23
2.6 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Membeli.....	25
2.7 Penelitian Terdahulu	29
2.8 Kerangka Pemikiran.....	32

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.

2.9	Hipotesis Penelitian.....	34
2.10	Variabel Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2	Jenis dan Sumber Data	37
3.3	Metode pengumpulan data	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.5	Analisis Data	39
3.6	Uji Kualitas Data.....	40
3.6.1.	Uji Validitas	40
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	41
3.6.3.	Uji Normalitas	41
3.7	Uji Asumsi Klasik	42
3.7.1.	Uji Multikolonieritas	42
3.7.2.	Uji Autokorelasi	43
3.7.3.	Uji Heterokedastisitas	43
3.8	Regresi Linier Berganda.....	44
3.9	Uji Hipotesis.....	45
3.9.1	Uji Parsial (t).....	45
3.9.2	Uji Simultan (F)	46
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	47

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.2	Gambaran umum produk.....	49
4.3	Logo pond's	49
4.4	Jenis-jenis produk pond's.....	50

BAB V HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

5.1	Hasil Penelitian	52
5.2	Karakteristik Responden	52
5.2.1	Responden Berdasarkan Usia.....	52
5.2.2	Responden Berdasarkan Jurusan.....	53
5.2.3	Responden berdasarkan Frekwensi Pembelian	54
5.3	Deskripsi Variabel.....	54
5.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk (X1).....	54

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.

5.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Manfaat (X2).....	56
5.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Nilai (X3).....	57
5.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Membeli	58
5.4.	Uji Kualitas Data.....	59
5.4.1.	Uji Validitas	59
5.4.2.	Uji Reliabilitas	61
5.4.3.	Uji Normalitas Data	62
5.5.	Uji Asumsi Klasik.....	63
5.5.1.	Multikolinieritas.....	63
5.5.2.	Autokorelasi	64
5.5.3.	Heteroskedestitas.....	65
5.6.	Analisis Data Penelitian	66
5.6.1.	Regresi Linier Berganda	66
5.6.2.	Uji T (Uji Parsial).....	68
5.6.3.	Uji F (Uji Simultan)	70
5.6.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	74
6.2	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS