

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Pemasaran .....	11
2.2 Manajemen Pemasaran .....	12
2.3 Pengertian Prilaku Konsumen.....	12
2.4 Faktor Psikologis.....	15
2.5 Konsep Merek .....	21
2.6 <i>Brand Equity</i> /Ekuitas Merek .....	23
2.7 Keputusan Pembelian.....	37
2.8 Hubungan Faktor Psikologis dengan keputusan pembelian.....	42
2.9 Hubungan Ekuitas Merek dengan keputusan pembelian .....	43
2.10 Pandangan Islam .....	44
2.11 Penelitian Terdahulu .....	47
2.12 Kerangka Pemikiran .....	49
2.13 Variabel Penelitian .....	49
2.14 Operasional Variabel .....	50
2.15 Hipotesis.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	53
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	53
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	53
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	54
3.4 Populasi dan Sampel .....	55

**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.

3.5	Metode Analisis Data .....	57
3.6	Teknik Skala Pengukuran .....	58
3.7	Uji Kualitas Data .....	59
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	60
3.9	Uji Regresi Berganda .....	62
3.10	Uji Hipotesis.....	63
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>66</b>
4.1	Sejarah Perusahaan .....	66
4.2	Lokasi Perusahaan.....	68
4.3	Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	69
4.4	Bagian/Unit Kerja Perusahaan .....	69
4.5	Struktur Organisasi .....	71
4.6	Uraian Tugas .....	72
4.7	Visi dan Misi Perusahaan .....	74
4.8	Strategi CCAI (Coca-Cola Amatil Indonesia) .....	75
4.9	<i>Planned Call</i> SR PT.CCAI SO Pekanbaru .....	76
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
5.1	Analisis Deskriptif .....	77
5.2	Uji Kualitas Data .....	88
5.3	Uji Asumsi Klasik .....	90
5.4	Uji Regresi Berganda .....	94
5.5	Uji Hipotesis .....	96
5.6	Pembahasan .....	99
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
6.1	Kesimpulan .....	102
6.2	Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>BIOGRAFI</b>		