

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
HALAMAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Batasan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A.Pemasaran& Manajemen Pemasaran .....	14
1. Pengertian Pemasaran .....	14

2. Manajemen Pemasaran .....	15
B. Pengertian Merek .....	16
C. Kepercayaan Pelanggan Terhadap Merek .....	19
1. Karakteristik Merek.....	19
2. Karakteristik Perusahaan .....	20
3. Karakteristik Merek Konsumen.....	22
D. Peran merek.....	26
E. Perilaku Pembelian Konsumen.....	26
F. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	27
G. Keputusan Pembelian .....	28
H. Proses Keputusan Pembelian .....	29
I. Penelitian Terdahulu .....	32
J. Hipotesis dan Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Penentuan Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	38
C. Jenis Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data .....	40
E. Skala Pengukuran dan Variabel Penelitian.....	41
F. Pengujian Instrument Penelitian.....	43
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
H. Uji Asumsi Klasik .....	46
I. Teknik Analisis data .....	47
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Uji Instrumen.....	50

B. Karakteristik Responden.....	54
C. Analisis Deskriptif karakteristik Merek, Karakteristik perusahaan, karakteristik merek konsumen, dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap di Palembang .....	57
D. Uji Asumsi Klasik.....	67
E. Regresi Linier berganda.....	72
F. Pembahasan.....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Produsen Mie Instan Di Indonesia .....	4
Tabel 1.2	: Data Top Brand Mie Instan Tahun 2012-2014 .....	5
Tabel 1.3	: Data Market Share Produk Mie Instan 2012-2014 .....	5
Tabel 2.1	: Penelitian Gede Riana .....	33
Tabel 2.2	: Peneltian E.Desi Arista dan Sri Rahayu Triastuti .....	34
Tabel 2.3	: Penelitian Erwinsyah Putra, Muhklis Yunus, dan Sulaiman .....	35
Tabel 3.1	: Operasional Variabel Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas Pre Test (n=30) .....	51
Tabel 4.2	: Hasil Uji Reliabilitas Pre Test (n=30).....	52
Tabel 4.3	: Hasil Uji Reliabilitas n=100 .....	52
Tabel 4.4	: Hasil Uji Validitas n=100 .....	53
Tabel 4.5	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.6	: Profil Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.7	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	55
Tabel 4.8	: Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	56

Tabel 4.9	: Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Bulanan .....	56
Tabel 4.10	: Profil Responden Berdasarkan Status .....	57
Tabel 4.11	: Skor Jawaban Skala Likert. ....	58
Tabel 4.12	: Hasil Skor Jawaban Responden Karakteristik Merek.....	60
Tabel 4.13	: Hasil Skor Jawaban Responden Karakteristik Perusahaan.....	61
Tabel 4.14	: Hasil Skor Jawaban Responden Karakteristik Merek Konsumen.....	62
Tabel 4.15	: Hasil Skor Jawaban Responden Proses Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.16	: Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden .....	66
Tabel 4.17	: Hasil Uji Normalitas Dengan Metode One Sample KS.....	68
Tabel 4.18	: Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.19	: Hasil Uji Heterokedatisitas .....	70
Tabel 4.20	: Pengambilan Keputusan Autokorelasi .....	71
Tabel 4.21	: Hasil Uji Autokorelasi .....	72
Tabel 4.22	: Hasil Uji f.....	73
Tabel 4.23	: Hasil Uji t .....	74
Tabel 4.24	: Hasil Uji Determinasi .....	76
Tabel 4.25	: Hasil Nilai Skor Rata-Rata variabel Kepercayaan Merek .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	:	Model Kepercayaan Merek Dan Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 2.2	:	Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.3	:	Proses Keputusan Pembelian .....	30
Gambar 4.1	:	Daerah Skor .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN KUESIONER**

**LAMPIRAN HASIL PENGOLAHAN SPSS**