

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.3. Pokok Masalah	6
1.4. Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Penulisan	7
BAB II.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
A. <i>Integrated Marketing Communication dan Marketing Mix</i>	8
B. <i>Keputusan Pembelian Konsumen</i>	12
C. <i>Perspektif experiential</i>	15
D. <i>Perspektif Pengaruh Perilaku (The behavioral influence perspective)</i>	16
E. <i>Citra merek</i>	20
F. <i>User Imagery</i>	22
G. <i>Purchase and usage situations</i>	22
H. <i>Brand Personality and Value</i>	22
I. <i>Brand History, Heritage, and Experiences</i>	23
J. <i>Promosi penjualan</i>	23
K. <i>Harga produk</i>	27
2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Kerangka Pemikiran	37
2.4. Hipotesis Penelitian	38
BAB III	39
3.1. Jenis dan Periode Penelitian	39
3.2. Populasi Penelitian, Rancangan Sampling dan Prosedur	39

3.3.	Metode Analisis	40
3.4.	Variabel Penelitian dan Operasional	40
3.5.	Validitas dan Reliabilitas Data	42
3.6.	Uji Asumsi.....	42
3.7.	Uji Model.....	43
BAB IV		45
4.1.	Profil Responden	45
4.1.1.	<i>Jenis Kelamin</i>	45
4.1.2.	<i>Berdasarkan Usia</i>	45
4.1.3.	<i>Berdasarkan Pekerjaan</i>	46
4.1.4.	<i>Berdasarkan Kanal Informasi</i>	47
4.2.	Hasil Uji Validitas	47
4.3.	Uji Reliabilitas	55
4.4.	Uji Asumsi Klasik	56
4.5.	Uji Model.....	58
4.6.	Pembahasan	63
BAB V		65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN KUESIONER		69
LAMPIRAN SPSS OUTPUT		84