

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan .....	3
1.4. Kegunaan.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	4
2.1. Tinjauan Pustaka .....	4
2.2. Penelitian Terdahulu .....	4
2.2.1. <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	4
2.2.2. <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	5
2.3. Landasan Teori.....	5
2.3.1. <i>Brand Awareness</i> .....	5
2.3.2. <i>Brand Image</i> .....	7
2.3.3. Keputusan Pembelian .....	8
2.4. Kerangka Pemikiran.....	10
2.5. Hipotesis.....	11
III. METODE PENELITIAN .....	12
3.1. Metode Dasar .....	12
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	12
3.2.1. Metode Penentuan Daerah.....	12
3.2.2. Sampel Penelitian .....	12
3.3. Jenis Data .....	13
3.3.1. Data Primer.....	13

3.3.2.	Data Sekunder.....	13
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	13
3.4.1.	Teknik Angket/Kuesioner.....	13
3.4.2.	Studi Pustaka .....	14
3.5.	Asumsi Pembatasan Masalah .....	14
3.6.	Definisi dan Pengukuran Variabel .....	14
3.7.	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	16
3.8.	Uji Instrumen Data .....	16
3.8.1.	Deskripsi Data .....	16
3.8.2.	Uji Validitas.....	17
3.8.3.	Uji Reliabilitas .....	17
3.9.	Metode Analisis .....	18
3.9.1.	Uji Asumsi Klasik .....	18
3.9.2.	Uji Hipotesis .....	19
3.10.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	19
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	22
4.1.	Keadaan Fisik Daerah .....	22
4.2.	Struktur Penduduk Kabupaten Sleman .....	22
4.3.	Struktur Penduduk Berdasarkan Umur .....	22
4.4.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
4.5.	Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	25
4.6.	Struktur Penduduk Berdasarkan Status Pekerjaan .....	25
4.7.	Pendapatan per Kapita.....	26
4.8.	Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan .....	27
V.	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	28
5.1.	Identifikasi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
5.2.	Identifikasi Konsumen Berdasarkan Usia .....	29
5.3.	Identifikasi Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	29
5.4.	Identifikasi Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	30
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	31
6.1.	Analisis Deskripsi Data.....	31
6.2.	Uji Instrumen Data .....	34
6.2.1.	Uji Validitas.....	34
6.2.2.	Uji Reliabilitas .....	36
6.3.	Uji Asumsi Klasik .....	37
6.3.1.	Uji Normalitas .....	37

6.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	38
6.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	38
6.4.	Uji Hipotesis.....	39
6.4.1.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	39
6.4.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	40
6.4.3.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	40
6.4.4.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> melalui <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	41
6.4.5.	Pengaruh Langsung atau Pengaruh Tidak Langsung <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	41
6.5.	Pembahasan.....	42
6.5.1.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	42
6.5.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	43
6.5.3.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> melalui <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	43
VII.	PENUTUP .....	45
7.1.	Kesimpulan .....	45
7.2.	Saran.....	45
	DAFTAR PUSTAKA .....	47
	LAMPIRAN.....	51