

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Minyak Goreng Sawit	7
2.2 Merek	8
2.3 Ekuitas Merek	9
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.5 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	16
2.6 Proses Keputusan Pembelian	18
2.7 Hubungan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian	22
2.8 Model Konsep dan Model Hipotesis	22
2.9 Teknik Sampling	24
2.10 Uji Validitas	27
2.11 Uji Reliabilitas	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	29

3.2 Objek Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Variabel Penelitian	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.7 Uji Coba Instrumen Penelitian.....	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.9 Uji Hipotesis	43
3.10 Tahapan Penelitian.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Profil Minyak Goreng Sawit di Horeca.....	46
4.2 Gambaran Umum Responden	47
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	52
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.6 Hasil Regresi Linier Berganda	64
4.7 Hasil Koefisien Determinasi.....	66
4.8 Pengujian Hipotesis	67
4.9 Pembahasan	70
4.10 Rekomendasi Strategi Pemasaran	78
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	86