

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
<i>ABSTRACT</i> .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
INTISARI .....	xix
ABSTRACT.....	xx
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Hipotesis .....	30

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasaran .....	31
2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	32
2.3 Bauran Promosi .....	35
2.4 Citra Merek .....	45
2.5 Perilaku Konsumen .....	59
2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	61
2.5.2 Psikologis Konsumen .....	65
2.6 Keputusan Pembelian .....	67

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian	
3.1.1 Sejarah Distro Peter Says Denim .....	73
3.1.2 Struktur Organisasi Peter Says Denim .....	75
3.1.3 Produk Distro Peter Says Denim .....	77
3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian .....	82
3.2.2 Jenis Data dan Sumber Data .....	82
3.2.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian .....	82
3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	85

### 3.3 Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuisisioner dan Bentuk

Instrumen Pedoman Kuisisioner.....	88
3.3.1 Instrumen Penelitian.....	88
3.3.2 Syarat Instrumen Penelitian (Pedoman Kuisisioner).....	88
3.3.3 Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuisisioner.....	91
3.4 Metode Analisa Data	
3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91
3.4.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	92
3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	93
3.4.4 Transformasi Data.....	94
3.5 Uji Hipotesis.....	96

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Upaya Membangun Citra Merek Pada Distro Peter Says Denim Bandung.....	97
4.2 Tanggapan Konsumen Tentang Citra Merek Di Distro Peter Says Denim.....	116
4.2.1 Instrumen Penelitian (Pedoman Kuisisioner).....	116
4.2.2 Identitas Responden.....	128
4.2.3 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek di Distro Peter Says Denim Bandung.....	130

4.3 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Jeans Di Distro Peter Says Denim Bandung.....	148
4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jeans Pada Distro Peter Says Denim Bandung.....	157
4.4.1 Pengujian Hipotesis.....	159

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	162
5.2 Saran .....	164
DAFTAR PUSTAKA .....	167
LAMPIRAN .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Dasar Komunikasi Umum.....	44
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	86
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	119
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	120
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	120
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	121
Tabel 4.5 Uji Realiabilitas Variabel Citra Merek.....	123
Tabel 4.6 Reliabilitas Statistik.....	124
Tabel 4.7 Item Statistik.....	124
Tabel 4.8 Total Statistik.....	125
Tabel 4.9 Scale Statistik.....	126
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	126
Tabel 4.11 Reliabilitas Statistik.....	127
Tabel 4.12 Item Statistik.....	127
Tabel 4.13 Item Total Statistik.....	128
Tabel 4.14 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	129
Tabel 4.15 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	130
Tabel 4.16 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	130
Tabel 4.17 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	131
Tabel 4.18 Rentang Klasifikasi Variabel.....	132
Tabel 4.19 Tangapan Responden Mengenai Produk Jeans PSD Memiliki Kualitas Bahan Yang Baik.....	133
Tabel 4.20 Tangapan Responden Mengenai Kenyamanan Menggunakan Produk Jeans Distro PSD.....	134
Tabel 4.21 Tangapan Responden Mengenai Variasi Dan Model Produk Jeans PSD <i>Fashionable</i> Dan Memenuhi Gaya Hidup Konsumen.....	135

Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Sistem Pelayanan Penjualan .....	136
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Percaya Terhadap Merek Peter Says Denim .....	137
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Popularitas Merek Peter Says Denim .....	138
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Mengingat Merek Peter Says Denim .....	140
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Produk Jeans Memiliki Desain Yang Original .....	141
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Logo Distro Peter Says Denim .....	142
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan <i>Celebrity Endorsment</i> Pada Distro PSD Menarik Perhatian Konsumen .....	143
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Promosi Distro PSD Menarik Perhatian Konsumen .....	144
Tabel 4.30	Total Pembobotan Variabel Citra Merek .....	146
Tabel 4.31	Konsumen Memilih Produk Jeans PSD Karena Variasi Produk Yang Cukup Banyak .....	149
Tabel 4.32	Konsumen Memilih Membeli Jeans PSD Karena Merek Yang Baik .....	150
Tabel 4.33	Konsumen Memilih Membeli Produk PSD Melalui Store Resmi Penjualan .....	151
Tabel 4.34	Konsumen Memilih Membeli Produk Jeans Karena Di Jual Secara Online .....	152
Tabel 4.35	Konsumen Sering Membeli Produk Jeans PSD .....	153
Tabel 4.36	Konsumen Membeli Produk Jeans PSD Dalam Jumlah Yang Banyak .....	154
Tabel 4.37	Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian .....	155
Tabel 4.38	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	158
Tabel 4.39	Koefisien regresi .....	159
Tabel 4.40	Uji t Hitung Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	161

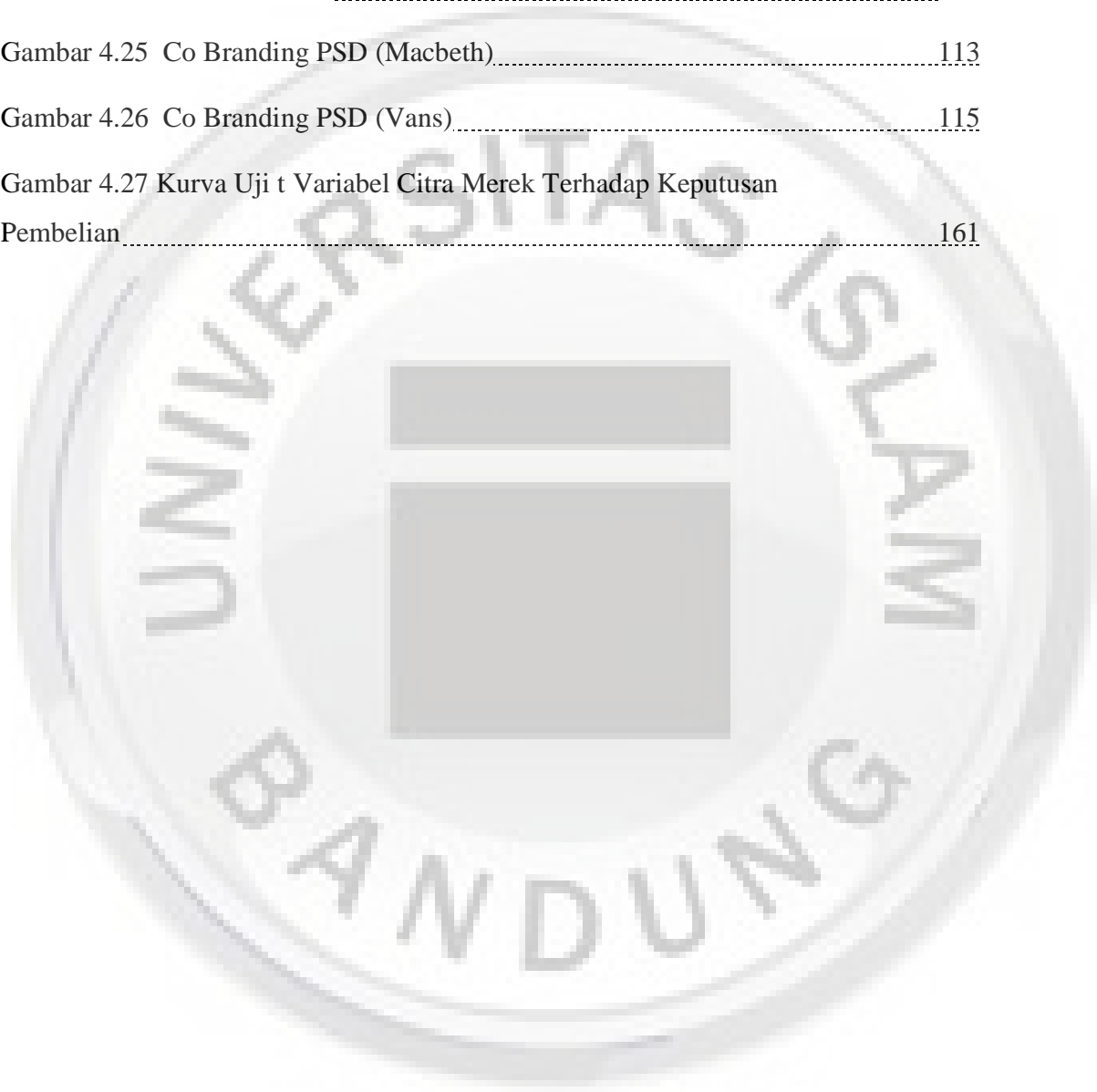
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model citra merek .....	14
Gambar 1.2 Model perilaku konsumuen .....	20
Gambar 1.2 Proses pembelian .....	21
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 1.4 <i>Grand Theory</i> .....	29
Gambar 2.1 Bauran pemasaran .....	33
Gambar 2.2 Model Citra Merek Keller .....	54
Gambar 2.3 Model perilaku konsumuen .....	60
Gambar 2.4. <i>Maslow's Hierarchy of Needs</i> .....	66
Gambar 2.5 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	68
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Distro Peter Says Denim Bandung .....	75
Gambar 3.2 Produk Jeans laki-laki model "R HAVANA" .....	78
Gambar 3.3 Produk Jeans laki-laki model "R RICH" .....	78
Gambar 3.4 Produk Jeans laki-laki model "R DAIQUIRI" .....	79
Gambar 3.4 Produk Jeans laki-laki model "R DAIQUIRI" .....	79
Gambar 3.5 Produk Jeans wanita model "R ELECTRA" .....	81
Gambar 3.6 Produk Jeans wanita model "R SLUSHY" .....	81
Gambar 4.1 Riset PSD .....	98
Gambar 4.2 Quality Control .....	99

Gambar 4.3 Quality Control.....	99
Gambar 4.4 Quality Control.....	100
Gambar 4.5 Desain Jeans PSD.....	100
Gambar 4.6 Pembaharuan Desain Jeans PSD.....	101
Gambar 4.7 Brosur Peter Says Denim.....	101
Gambar 4.8 <i>Billboard</i> PSD.....	102
Gambar 4.9 <i>Celebrity Endorsment</i> PSD Eyes Set To Kill.....	103
Gambar 4.10 <i>Celebrity Endorsment</i> PSD Chunk No Captain Chunk.....	103
Gambar 4.11 <i>Celebrity Endorsment</i> Rocket Rockers.....	104
Gambar 4.12 <i>Celebrity Endorsment</i> bimo.....	104
Gambar 4.13 <i>Celebrity Endorsment</i> silverstein.....	105
Gambar 4.14 Logo PSD.....	105
Gambar 4.15 WEB Peter Says Denim.....	106
Gambar 4.16 Facebook Peter Says Denim.....	106
Gambar 4.17 Twitter Peter Says Denim.....	107
Gambar 4.18 <i>Event Vans Warped Tour</i> .....	107
Gambar 4.19 <i>Event and Experience</i> PSD.....	108
Gambar 4.20 Hadiah Langsung PSD.....	110
Gambar 4.21 Diskon PSD.....	110



Gambar 4.22 Diskon PSD .....	111
Gambar 4.23 Member Card PSD .....	112
Gambar 4.23 <i>Public Relation</i> PSD .....	112
Gambar 4.24 Public Relation .....	113
Gambar 4.25 Co Branding PSD (Macbeth).....	113
Gambar 4.26 Co Branding PSD (Vans).....	115
Gambar 4.27 Kurva Uji t Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	161



## DAFTAR LAMPIRAN

Hasil SPSS

Hasil Pedoman Kuisisioner

Skala Data Interval

