**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI ii**

**DAFTAR TABEL v**

**DAFTAR GAMBAR vi**

**BAB I : PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 5
	3. Batasan Masalah 5
	4. Rumusan Masalah 6
	5. Tujuan Penelitian 6
	6. Manfaat Penelitian 7

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA 8**

* 1. Citra Merek 8
		1. Pengertian Citra Merek 8
		2. Manfaat Citra Merek 9
		3. Indikator Citra Merek 10
	2. Pelayanan 12
		1. Pengertian Pelayanan 12
		2. Manfaat Pelayanan 13
		3. Indikator Pelayanan 14
	3. Keputusan Konsumen 16
		1. Defenisi Keputusan Konsumen 16
		2. Proses Keputusan Konsumen 17
		3. Peran Dalam Proses Keputusan Konsumen 18
		4. Indikator Keputusan Konsumen 19
	4. PenelitianTerdahulu 19
	5. Kerangka Konseptual 21
	6. Hipotesis 24

**BAB III : METODE PENELITIAN 25**

* 1. Desain Penelitian 25
	2. Tempat Dan Waktu Penelitian 25
		1. Tempat Penelitian 25
		2. Waktu Penelitian 26
	3. Populasi dan Sampel 26
		1. Populasi 26
		2. Sampel 27
	4. Variabel Dan Indikator 28
		1. Variabel Penelitian 28
		2. Indikator Penelitian 28
	5. InstrumenPenelitian 30
		1. Uji Validitas 31
		2. Uji Reliabilitas 31
	6. Teknik Pengumpulan Data 33
	7. Uji Asumsi Klasik 34
		1. Uji Normalitas 34
		2. Uji Heteroskedastisitas 35
		3. Uji Auto Korelas 35
		4. Uji Multikolinearitas 35
	8. Teknik Analisis Data 36
		1. Analisis Regresi Berganda 37
		2. Uji Persial Uji t 38
		3. Uji Simultan Uji F 39
		4. KoefisienDeterminasi (r2) 39

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN 40**

4.1. Hasil Penelitian 40

4.1.1. Profil Perusahaan 40

4.1.2. Logo Perusahaan 42

4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan 43

4.1.4. Struktur Organisasi 44

4.2.Pembahasan 45

* + 1. Uji Instrumen 45
		2. Uji Asumsi Klasik 48
		3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 51
		4. Koefisien Determinasi 56

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 58**

* 1. Kesimpulan 58
	2. Saran 59

**DAFTAR PUSTAKA 60**

**Lampiran 42**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 23

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian 28

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual 27