

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Diferensiasi.....	6
2.1.1.1 Pengertian Diferensiasi	6
2.1.1.2 Langkah-langkah dalam Diferensiasi....	6
2.1.1.3 Dimensi Diferensiasi Produk	7
2.1.1.4 Sumber-sumber Diferensiasi	9
2.1.1.5 Daya tahan Diferensiasi.....	10
2.1.2 Merek.....	11
2.1.2.1 Pengertian Merek	11
2.1.2.2 Syarat-syarat memilih Merek	12
2.1.2.3 Peran dan Fungsi Merek	12
2.1.2.4 Tingkatan Merek	13
2.1.2.5 Bagian dari Merek.....	14
2.1.2.6 Indikator Merek	14
2.1.3 Keputusan Pembelian	15
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembeli	15
2.1.3.2 Peranan Pembeli	16
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian	16

2.1.4 Pengaruh Diferensiasi dan merek terhadap keputusan pembelian	18
2.2 Penelitian Sebelumnya	18
2.3 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Metode Analisis Data	26
3.6 Definisi Operasional Variabel	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum tentang Olympic.....	29
4.1.2 Karakteristik Responden	30
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	31
4.2 Pembahasan	35
4.2.1 Aplikasi Regresi Linier Berganda	35
4.2.2 Pembuktian Hipotesis	37
1. Uji t (Parsial)	37
2. Uji F (Simultan)	38
3. Koefisien Determinasi.....	39
BAB V PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43

