

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	7
1.4.1 Pengembangan Ilmu.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Lokasi.....	9
2.1.1.1 Pemilihan Lokasi.....	11
2.1.1.2 Indikator Lokasi.....	13
2.1.2 Promosi.....	13
2.1.2.1 Bauran Promosi.....	14
2.1.2.2 Tujuan Promosi Penjualan.....	15
2.1.2.3 Karakteristik Promosi Penjualan.....	15

2.1.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Promosi	
Penjualan	16
2.1.2.5 Alat- alat Promosi penjualan	17
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merk)	18
2.1.3.1 Pengukuran <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	19
2.1.3.2 Faktor Faktor <i>Brand Image</i> (Citra Merek)....	20
2.1.4 Minat Beli	21
2.1.4.1 Faktor faktor yang mempengaruhi Minat	
Beli.....	22
2.1.5 Keputusan Pembelian	24
2.1.5.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi	
Konsumen	25
2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	
Konsumen	29
2.1.5.3 Tahap- Tahap Proses Keputusan	
Pembelian.....	30
2.1.5.4 Aspek- Aspek Keputusan Pembelian.....	34
2.1.5.5 Tingkat Pembelian Konsumen	36
2.1.6 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis.....	52
BAB III OBJEK METODE PENELITIAN	53
3.1 Objek Penelitian	53
3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
3.2 Metode Penelitian	53
3.2.1 Operasional variabel.....	54
3.2.2 Populasi dan Sampel	57
3.2.3 Sumber Data	59
3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	60
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	61
3.2.5.1 Uji Validitas	61
3.2.5.2 Uji Reabilitas	62

3.2.5.3 Analisis Terhadap Kuisinoner	63
3.2.5.4 <i>Metode Succesive Intrval</i>	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Hasil Penelitian	75
4.1.1 Lokasi CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya	75
4.1.2 Promosi CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya	79
4.1.3 Brand image CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya	82
4.1.4 Minat Beli CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	85
4.1.5 Keputusan Pembelian CV. Subur jaya Motor Tasikmalaya.....	88
4.2 Pembahasan.....	91
4.2.1 Lokasi, Promosi, Brand Image, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	91
4.2.2 Pengaruh Lokasi, Promosi, Brand Image Terhadap Minat Beli CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	92
4.2.3 Pengaruh Lokasi, Promosi, Brand Image Terhadap Minat Beli, dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	