

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi masalah Dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II <u>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAPEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</u>	11
.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis	31
BAB III <u>METODE PENELITIAN</u>	32
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	32
3.2 Definisi dan Oprasional Variabel	33
3.2.1 Definisi Variabel	33
3.2.2 Operasional Variabel	34

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3.1	Populasi Penelitian	37
3.3.2	Sampel Penelitian	37
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Sumber Data	38
3.4.2	Teknik pengumpulan Data	39
3.5	Teknik Analisis Data	41
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.5.2	Analisis Verifikatif	43
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
3.6.1	Tempat Penelitian.....	47
3.6.2	Waktu penelitian.....	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.2.	Karakteristik Responden	53
4.1.2	Deskripsi Variabel Yang Diteliti	56
4.1.3	Pengujian Hipotesis Penelitian	106
4.2	Pembahasan	116
4.2.1	<i>Brand Image</i> pada Salsabila Wedding Tasikmalaya	117
4.2.2	Keputusan Pembelian pada Salsabila Wedding Tasikmalaya	119
4.2.3	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Salsabila Wedding	122
BAB V		
5.1	Simpulan.....	128
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN-LAMPIRAN		135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan ..	27
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2	Transaksi Konsumen Salsabila Wedding Tahun 2024.....	37
Tabel 3.3	Pembobotan Nilai Jawaban ..	41
Tabel 3.4	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi Sederhana ..	45
Tabel 3.5	Jadwal Waktu Penelitian ..	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin ..	54
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status ..	55
Tabel 4.4	Pedoman Interperetasi Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Brand Image ..	57
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Atas Pernyataan tampilan pisik dari Salsabila Wedding memiliki kualitas yang baik.....	57
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Salsabila Wedding memberikan hasil layanan yang memuaskan.....	58
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Yakin Terhadap Keandalan Layanan Salsabila Wedding.....	59
Tabel 4.8	Tanggapan Rerponden Atas Pernyataan Salsabila Wedding Dapat Dipercaya Dalam Memberikan Layanan ..	61
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Salsabila Wedding Mampu Memenuhi Janji Layanan Yang Disepakati ..	62
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Hasil Layanan dari Salsabila Wedding Sesuai dengan Standar yang saya Harapkan.....	63
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Layanan Dari Salsabila Wedding Sesuai Dengan kebutuhan Acara Saya ..	65
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasakan Manfaat Nyata Dari Salsabila Wedding ..	66

Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Layanan Salsabila Wedding Membantu Kelancaran Acara Saya ..	67
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Memberikan Pelayanan Yang Ramah dan Responsif ..	68
Tabel 4. 15	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Melayani Kebutuhan Saya Dengan Baik Selama Persiapan Hingga Acara Berlangsung ..	69
Tabel 4.16	Tanggapan Respoden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Cepat Dalam Menagapi Kebutuhan dan Pertanyaan saya ..	70
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Saya Merasa Kecil Kemungkinan Mengalami Kerugian Saat Menggunakan Salsabila Wedding ..	71
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Saya Merasa Aman Menggunakan Layanan Dari Salsabila Wedding ..	72
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Saya Tidak Khawatir Terhadap Risiko Saat Menggunakan Salsabila Wedding ..	73
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Harga Yang Ditawarkan Salsabila Wedding Sesuai Dengan Kualitas layanan Yang Diberikan ..	75
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terkait Penyataan Harga Layanan Salsabila Wedding Masih Wajar Dan Dapat Diterima ..	76
Tabel 4.22	Tanggapan Rerponden Terkait Pernyataan Saya Merasa Harga Yang Ditawarkan Salsabila Wedding Sebanding Dengan Manfaat Yang Diperoleh ..	77
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Memiliki Citra Yang Positif Dimata Masyarakat ..	78
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Dikenal Memiliki Reputasi Yang Baik ..	79
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terkait Pernyataan Salsabila Wedding Memberikan Kesan Professional sebagai penyedia jasa Wedding ..	80

Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasi Jawaban Responden Untuk Variabel Brand Image (X)	81
Tabel 4. 27 Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Brand Image	85
Tabel 4.28 Pedoman Iterpretasi Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian.....	87
Tabel 4.29 Tangapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Yakin Memilih Salsabila wedding Setelah Mendapatkan Informasi	87
Tabel 4.30 Tangapan Responden Atas Pernyataan Informasi Tentang Salsabila Wedding Membuat Saya Mantap Dalam Mengambil Keputusan. ..	88
Tabel 4.31 Tangapan Responden Atas Pernyataan Setelah Mengetahui Informasi Saya Tidak Ragu Memilih Salsabila Wedding	89
Tabel 4.32 Tangapan Responden Atas Pernyataan Saya Memilih Salsabila Weddding karena Mereknya Paling Saya Sukai	91
Tabel 4.33 Tangapan Responden Atas Pernyataan Dibandingkan Dengan Jasa Lain, Saya Lebih Tertarik Pada Salsabila Wedding.....	92
Tabel 4.34 Tangapan Responden Atas Pernyataan Salsabila Wedding Menjadi Pilihan Utama Saya Dibandingkan Jasa lain.....	93
Tabel 4.35 Tangapan Responden Saya Memilih Salsabila Wedding Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Acara Saya	95
Tabel 4.36 Tangapan Responden Atas Pernyataana Layanan Salsabila Wedding Sesuai Dengan Keiginan Yang Saya Harapkan	96
Tabel 4.37 Tanganpan Responden Atas Pernyataan Salsabila Wedding Mampu Memenuhi Ekpetasi Saya Terhadap Acara Wedding.....	97
Tabel 4.38 Tangapan Responden Atas pernyataan Saya Memilih Salsabila Wedding Karena Rekomendasi Dari Orang.....	99
Tabel 4.39 Tangapan Responden Atas Saran Dari Teman Atau Keluarga Mempengaruhi Keputusan Saya Memilih Salsabila Wedding.....	100
Tabel 4.40 Tangapan Responden Atas Pernyataan Saya Tertarik Menggunakan Salsabila Wedding Karena Ulasan Atau testimoni Orang lain	101
Tabel 4.41 Rekapitulasi Hasil jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	103

Tabel 4. 42 Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Keputusan pembelian	106
Tabel 4. 43 Tabulasi Data Variabel Brand Image (X) dan Keputusan Pembelian (Y)	107
Tabel 4. 44 Interpretasi Koefisien Korelasi X terhadap Y	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradingma Penelitian.....	31
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Salsabila Wedding Tasikmalaya	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian
Lampiran 2	Surat balasan penelitian
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Karakteristik Responden
Lampiran 5	Data Tabulasi Variabel Brand Image(X)
Lampiran 6	Data Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 7	Tabel t
Lampiran 8	Data Hasil Olah SPSS Brand Image (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 9	Dokumentasi
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup