

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R).....	15
2.1.2 Keputusan Pembelian dan Faktor yang Mempengaruhi	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Harga	20
2.1.5 Citra Merek	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32

2.3.3	Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	33
2.3.4	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.5	Hipotesis.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.1.1	Variabel Penelitian	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisis Data	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2	Gambaran Responden Penelitian	53
4.1.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.2.2	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi Untuk Pembelian Kosmetik Dalam Satu Bulan	54
4.2	Hasil Analisis Data	55
4.2.1.	Statistik Deskriptif	55
4.3	Hasil Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	62
4.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	62
4.3.2	Evaluasi atas <i>Outliers</i>	63
4.3.3	Evaluasi atas Multicollinearity dan Singularity	65
4.3.4	Evaluasi atas nilai residual	65
4.3.5	Analisis Faktor Konfirmatori	66

4.3.6 <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	72
4.4 Analisis Full Model SEM.....	74
4.4.1 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i>	74
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	75
4.6 Hasil Analisis Direct Effects, Indirect Effects dan Total Effects.....	77
4.7 Pembahasan.....	79
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	79
4.7.2 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	79
4.7.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	80
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.7.5 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi Teoritis	83
5.3 Implikasi Manajerial	84
5.4 Keterbatasan Penelitian	86
5.5 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
Lampiran A	91
Lampiran B	98
Lampiran C	109