

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	16
2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	21
2.4 Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ).....	26
2.5 Intensitas Promosi ( <i>Promotion Intensity</i> ) .....	30
2.6 Kerangka Pemikiran .....	36
2.7 Hipotesis .....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner.....	44
3.5.1 Uji Semantik.....	44
3.5.1.1 Uji Semantik Indikator Variabel .....	45

3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis .....	50
3.5.2 Uji Statistik.....	57
3.5.2.1 Uji Validitas .....	57
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.6 Teknik Analisis .....	62
3.6.1 Angka Indeks .....	62
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	64
3.6.2.1.1 Uji Normalitas .....	64
3.6.2.1.2 Uji Multikolonieritas .....	66
3.6.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	66
3.6.2.2 Uji Kelayakan Model .....	67
3.6.2.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
3.6.2.2.2 Uji Statistik F .....	67
3.7 Uji Hipotesis .....	68
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>70</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	70
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian .....	71
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Fakultas .....	73
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Jurusan.....	73
4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	74
4.1.2.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	75
4.2 Angka Indeks .....	76
4.2.1 Angka Indeks Variabel Citra Merek .....	77
4.2.2 Angka Indeks Variabel Persepsi Harga.....	77
4.2.3 Angka Indeks Variabel Intensitas Promosi .....	78
4.2.4 Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian .....	79
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	79
4.3.1.1 Uji Normalitas .....	79
4.3.1.2 Uji Multikolonieritas .....	81
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	82
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	84

4.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	85
4.3.4 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	86
4.4 Uji Hipotesis .....	87
BAB V PENUTUP .....	92
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	92
5.2 Implikasi Teori.....	94
5.3 Implikasi Manajerial .....	97
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5 Saran Penelitian Mendatang .....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN .....	108