

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.31 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II.....	15
TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Konsep Merek	16
2.1.3 Persepsi Harga	21
2.1.4 Kualitas Produk.....	23

2.1.5	<i>Word of Mouth</i>	28
2.1.6	Citra Merek	30
2.2	Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33
2.2.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Citra Merek	33
2.2.2	Pengaruh kualitas produk terhadap citra merek	35
2.2.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap citra merek.....	36
2.2.4	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	37
2.3	Penelitian Terdahulu.....	38
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.5	Hipotesis Penelitian	44
BAB III		45
METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1	Variabel Penelitian.....	45
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	46
3.2	Populasi dan Sampel	48
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
BAB IV		62
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	63
4.2	Hasil Analisis Data	66
4.2.1	Uji Kualitas Data	66
4.3	Hasil Analisis Data SEM	68
4.3.1	Pengembangan Model Teoritis.....	68

4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur	68
4.3.3 Mengubah Diagram Jalur ke Dalam Persamaan	70
4.3.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	85
4.3.7 Uji Hipotesis	86
4.3.8 <i>Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect</i>	88
4.4 Pembahasan	90
4.4.1 Pengaruh persepsi harga terhadap citra merek	90
4.4.2 Pengaruh kualitas produk terhadap citra merek.....	90
4.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap citra merek	91
4.4.4 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	91
BAB V	93
KESIMPULAN	93
5.1 Implikasi Teoritis	93
5.2 Implikasi Manajerial.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	99
5.4 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN I	104
KUESIONER PENELITIAN.....	104
LAMPIRAN II	111
TABULASI DATA.....	111
LAMPIRAN III.....	118
HASIL ANALISIS <i>STRUCTURAL EQUATION MODELING</i>	118