

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah. | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 12 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian. | 12 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 16 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen..... | 16 |

| | | |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 2.1.2 | Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.1.2.1 | Proses Pengambilan Keputusan..... | 21 |
| 2.1.2.2 | Pengambilan Keputusan..... | 23 |
| 2.1.3 | Persepsi Harga..... | 24 |
| 2.1.3.1 | Persepsi Harga..... | 24 |
| 2.1.3.2 | Pengaruh Hubungan Variabel Persepsi Harga terhadap Variabel Citra Merek | 25 |
| 2.1.4 | Kualitas Produk..... | 26 |
| 2.1.4.1 | Kualitas Produk | 26 |
| 2.1.4.2 | Pengaruh Hubungan Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Citra Merek | 29 |
| 2.1.5 | Citra Merek..... | 29 |
| 2.1.5.1 | Merk..... | 29 |
| 2.1.5.2 | Citra Merek..... | 31 |
| 2.1.5.3 | Pengaruh Hubungan Variabel Citra Merek terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 34 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 37 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian..... | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 38 |
| 3.1 | Variabel Penelitian..... | 38 |
| 3.2 | Definisi Operasional..... | 39 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 40 |
| 3.3.1 | Data Primer..... | 40 |
| 3.3.2 | Data Sekunder..... | 41 |

| | | |
|---------|---|----|
| 3.4 | Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 41 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 41 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 42 |
| 3.4.3 | Teknik Pengambilan Ukuran Sampel..... | 42 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 44 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif..... | 44 |
| 3.6.2 | Uji Instrumen Data..... | 45 |
| 3.6.2.1 | Uji Validitas..... | 45 |
| 3.6.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 46 |
| 3.6.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 46 |
| 3.6.3.1 | Uji Normalitas..... | 46 |
| 3.6.3.2 | Uji Multikolinearitas..... | 48 |
| 3.6.3.3 | Uji Heteroskedastisitas..... | 49 |
| 3.6.4 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 50 |
| 3.6.5 | Uji Hipotesis..... | 51 |
| 3.6.5.1 | Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 51 |
| 3.6.5.2 | Uji Statistik(Uji F)..... | 51 |
| 3.6.5.3 | Uji t..... | 52 |
| BAB IV | | 54 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 54 |
| 4.1.1 | Deskripsi Perusahaan..... | 54 |
| 4.2 | Gambaran Umum Responden..... | 58 |
| 4.2.1 | Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 59 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.2.2 | Persebaran Responden Berdasarkan Usia..... | 60 |
| 4.2.3 | Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 61 |
| 4.2.4 | Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 62 |
| 4.2.5 | Persebaran Responden Berdasarkan Penghasilan..... | 63 |
| 4.3 | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 64 |
| 4.3.1 | Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga..... | 66 |
| 4.3.2 | Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk..... | 69 |
| 4.3.3 | Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek(Y1)..... | 72 |
| 4.3.4 | Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y2) | 74 |
| 4.4 | Uji Instrumen Pengumpulan Data..... | 78 |
| 4.4.1 | Uji Validitas | 78 |
| 4.4.2 | Uji Reliabilitas | 79 |
| 4.5 | Uji Asumsi Klasik | 81 |
| 4.5.1 | Uji Normalitas | 81 |
| 4.5.1.1 | Analisis Grafik | 81 |
| 4.5.1.2 | Uji Kolmogorov Smirnov | 83 |
| 4.5.2 | Uji Multikolinieritas | 84 |
| 4.5.3 | Uji Heteroskedastisitas | 85 |
| 4.6 | Analisis Regresi Linier Berganda | 87 |
| 4.7 | Uji Hipotesis | 89 |
| 4.7.1 | Koefisien Determinasi (R ²) | 89 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| 4.7.2 | Uji Statistik (Uji F) | 90 |
| 4.7.3 | Uji Statistik t..... | 92 |
| 4.8 | Interpretasi Hasil | 93 |
| 4.8.1 | Pengaruh Variabel Persepsi Harga terhadap variabel Citra Merek..... | 93 |
| 4.8.2 | Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap variabel Citra Merek..... | 94 |
| 4.8.3 | Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap variabel Keputusan Pembelian..... | 95 |
| BAB V | | 97 |
| 5.1 | Kesimpulan | 97 |
| 5.2 | Saran | 98 |
| 5.3 | Implikasi Teoritis..... | 99 |
| 5.4 | Implikasi Manajerial..... | 100 |
| 5.5 | Keterbatasan Penelitian..... | 102 |
| 5.6 | Agenda Penelitian yang Akan Datang..... | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 104 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 108 |