

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
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.....	18
2.1.3 Citra Merek.....	20
2.1.4 Kualitas Produk.....	21
2.1.5 Promosi.....	23
2.1.6 Desain Produk.....	25
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	26
2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek.....	27
2.2.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Citra Merek.....	27
2.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29

2.2.6 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.2.7 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran	36
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.1 Variabel Penelitian.....	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.2 Jenis dan Sumber Data	45
3.2.1 Data Primer	45
3.2.2 Data Sekunder.....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	46
3.3.1 Kuesioner	46
3.3.2 Studi Kepustakaan	47
3.4 Metode Analisis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	60
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Tiap Variabel	65
4.2 Analisis Data	75
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	75
4.2.2 Uji Normalitas Data.....	78
4.2.3 Uji Outlier	79
4.2.4 Uji Validitas	82
4.2.5 Uji Reliabilitas	84
4.2.6 Uji Hipotesis	86
4.3 Interpretasi.....	89
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	89
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek	89
4.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Citra Merek	89

4.3.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.3.5	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.3.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.3.7	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
BAB V PENUTUP.....		92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Keterbatasan	93
5.3	Saran	94
5.3.1	Saran Untuk Perusahaan	94
5.3.2	Saran Untuk Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA		98