

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Masalah Penelitian.....	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Citra Merek.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	15
2.1.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Citra Merek.....	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	19
2.1.6 Harga Kompetitif.....	19
2.1.7 Hubungan Harga Kompetitif dengan Keputusan Pembelian.....	21

2.1.8	Desain Produk.....	22
2.1.9	Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
3.1.1	Variabel Penelitian.....	25
3.1.2	Definisi Operasional.....	26
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel.....	28
3.2.2.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.2.2.2	Penentuan Penarikan Sampel.....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1	Jenis Data.....	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Metode Analisis Data	32
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	33
3.5.2.1	Uji Validitas.....	33
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	34
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.1	Uji Normalitas.....	34
3.6.2	Uji Multikolinearitas.....	35
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.8	Uji Goodness of Fit.....	37
3.8.1	Uji F (Uji Kelayakan Model).....	37
3.8.2	Uji t (Uji Signifikansi Parsial).....	37
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Objek Peneitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	40
4.2 Analisis Nilai Indeks dan Deskripsi Jawaban Responden	42
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Desain Produk..	43
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kualitas Produk.....	44
4.2.3 Variabel Harga Kompetitif.....	45
4.2.4 Variabel Citra Merek.....	47
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	48
4.3 Analisis Data.....	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.1 Uji Normalitas	53
4.4.2 Uji Multikolonieritas	57
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.6 Uji Goodness of Fit.....	64
4.6.1 Koefisien Determinasi (R ²)	64
4.6.2 Uji Kelayakan Model (UJI F)	66
4.6.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	68
4.7 Pengujian Hipotesis	70
4.7.1 Pengujian Hipotesis 1	70
4.7.2 Pengujian Hipotesis 2	71
4.7.3 Pengujian Hipotesis 3	71
4.7.4 Pengujian Hipotesis 4	72
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Ringkasan Penelitian	73

5.2 Kesimpulan Hipotesis.....	75
5.2.1 Kesimpulan Hipotesis 1	75
5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2	75
5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3	76
5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4	76
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	77
5.4 Implikasi Teoritis dan Manajerial	79
5.4.1 Implikasi Teoritis	79
5.4.2 Implikasi Manajerial	80
5.5 Keterbatasan Penelitian	84
5.6 Penelitian Mendatang	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	89
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN.....	95
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN	99