

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.5 Sistematika Penelitian .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	20
2.1.3 Daya Tarik Produk.....	24
2.1.4 Kualitas Produk .....	25
2.1.5 Varian Produk.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.4 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis.....	34
2.4.1 Hubungan Varian Produk terhadap Daya Tarik Produk...	34
2.4.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Daya Tarik Produk .....	35
2.4.3 Hubungan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4.4 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4.5 Hubungan Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Penelitian .....	40
3.1.1.1 Variabel Dependen .....	40
3.1.1.2 Variabel Intervening .....	41
3.1.1.3 Variabel Independen.....	41

3.1.2 Definisi Operasional .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel .....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5 Metode Analisis Data .....	46
3.5.1 Uji Instrumen .....	47
3.5.1.1 Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	58
4.1.1 Profil Responden .....	58
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.2.1 Angka Indeks .....	63
4.2.1.1 Angka Indeks Varian Produk .....	65
4.2.1.2 Angka Indeks Kualitas Produk .....	67
4.2.1.3 Angka Indeks Daya Tarik Produk .....	68
4.2.1.4 Angka Indeks Keputusan Pembelian.....	70
4.3 Proses dan Analisis Data.....	72
4.3.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	72
4.3.2 Menyusun Diagram Alur .....	72
4.3.3 Mengubah Diagram Alur ke Dalam Persamaan Pengukuran .....	72
4.3.4 Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	73
4.3.4.1 CFA Model <i>First Order</i> .....	74
4.3.4.2 CFA Konstruk Eksogen.....	78
4.3.4.3 CFA Konstruk Endogen .....	80
4.3.4.4 <i>Structural Equation Model</i> .....	83
4.3.4.5 Uji Mediasi dengan <i>Sobel Test</i> .....	86
4.3.5 Menilai Problem Identifikasi .....	87
4.3.6 Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	87
4.3.6.1 Ukuran Sampel .....	87
4.3.6.2 Normalitas Data .....	88
4.3.6.3 Evaluasi Outlier .....	89
4.3.6.4 Uji Reliabilitas.....	90
4.3.7 Intepretasi dan Modifikasi Model.....	91
4.4 Pengujian Hipotesis.....	91
4.4.1. Varian Produk Berpengaruh Positif terhadap Daya Tarik Produk .....	92
4.4.2 Kualitas Produk Berpengaruh Postif terhadap Daya Tarik Produk .....	93
4.4.3 Varian Produk Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.4.4 Kualitas Produk Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian.....	94

4.4.5	Daya Tarik Produk Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian.....	94
4.5	Intepretasi Hasil .....	95
4.5.1	Pengaruh Varian Produk terhadap Daya Tarik Produk ....	95
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Daya Tarik Produk..	96
4.5.3	Pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.5.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.5.5	Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	100
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>102</b>
5.1	Kesimpulan .....	102
5.1.1	Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis .....	102
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	104
5.2	Implikasi Teoritis .....	105
5.3	Implikasi Manajerial .....	106
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	109
5.5	Penelitian yang Akan Datang.....	110
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>