

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori Dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Harga	17
2.1.3.1 Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.4 Kualitas Produk	20
2.1.4.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22

2.1.5 Citra Merek.....	23
2.1.5.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	29
3.1.1 Variabel Penelitian	29
3.2 Definisi Operasional.....	32
3.3. Penentuan Populasi Dan Sampel.....	35
3.4 Jenis Dan Sumber Data	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	38
3.6 Metode Analisis	40
3.6.1 Uji Instrumen.....	40
3.6.1.1 Analisis Angka Indeks.....	40
3.6.1.2 Uji Validitas.....	41
3.6.1.3 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.1.4 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.1.5 Regresi Linear Berganda	43
3.6.1.6 Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
3.6.1.7 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	44
3.6.1.8 Uji Parsial (Uji T)	45
3.6.1.9 Koefisien Determinasi (R ²).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	48
4.1.2 Deskripsi Responden.....	51
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2.2 Berdasarkan Umur	53

4.1.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	54
4.1.2.4 Berdasarkan Pendidikan	54
4.1.2.5 Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.2 Analisis Hasil Penelitian	57
4.2.1 Angka Indeks Atas Variabel Harga.....	57
4.2.2 Angka Indeks Atas Variabel Kualitas Produk.....	59
4.2.3 Angka Indeks Atas Variabel Citra Merek	60
4.2.4 Angka Indeks Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.2.5 Hasil Uji Validitas	64
4.2.6 Hasil Uji Reliabilitas	65
4.2.7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.2.7.1 Hasil Uji Normalitas	66
4.2.7.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.7.3 Hasil Uji Multikolinearitas	70
4.2.8 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.2.9 Uji <i>Goodness of Fit</i>	73
4.2.9.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	73
4.2.9.2 Uji Parsial (Uji T)	74
4.2.10 Koefisien Determinasi (R ²).....	75
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Harga Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.3.3 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	81
5.3 Saran.....	82
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan	82
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	83

DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87