

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Citra Merek	21
2.1.3 Persepsi Harga.....	28
2.1.4 Kualitas Produk.....	33
2.1.5 Promosi	37
2.1.6 <i>Customer relationship management</i>	42

	2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	47
	2.3	Dimensionalisasi Operasional Variabel	48
	2.4	Hipotesis.....	53
BAB III		METODE PENELITIAN.....	55
	3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	55
		3.1.1 Variabel Penelitian	55
		3.1.2 Definisi Operasional.....	56
	3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	59
	3.3	Jenis dan Sumber Data	61
	3.4	Metode Pengumpulan Data	61
	3.5	Metode Analisis Data	62
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN	70
	4.1	Deskripsi Responden.....	70
		4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
		4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	71
		4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	71
	4.2	Hasil Penelitian	72
		4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
		4.2.2 Uji Validitas dan Reabilitas	78
		4.2.3 Uji Asumsi Klasik	81
		4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
		4.2.5 Uji Model	85
		4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	85
		4.2.7 Koefisien Determinasi.....	87
	4.3	Pembahasan.....	88

BAB V	PENUTUP.....	95
	5.1 Kesimpulan	95
	5.2 Saran.....	97
	5.3 Keterbatasan Penelitian.....	101
	DAFTAR PUSTAKA	103
	LAMPIRAN.....	79