

## DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3 Kualitas Produk .....	22

2.1.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan.....	24
2.1.4 Persepsi Harga .....	25
2.1.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	32
2.1.5 Citra Merek .....	34
2.1.5.1 Pengaruh Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....	38
2.1.6 Layanan Purna Jual .....	40
2.1.6.1 Pengaruh Layanan Purna Jual Dengan Keputusan Pembelian.....	42
2.2 Penelitian Terdahulu .....	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	48
2.4 Hipotesis .....	49
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	50
3.1.1 Variabel Penelitian .....	50
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	51
3.2 Penentuan Populasi Dan Sampel .....	55
3.2.1 Populasi .....	55
3.2.2 Sampel .....	56
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	57
3.3.1 Data Primer .....	57
3.3.2 Data Sekunder .....	58
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	58
3.4.1 Kuisisioner.....	58
3.4.2 Wawancara .....	59

3.4.3	Penelusuran Literatur .....	60
3.5	Metode Analisis Data .....	60
3.5.1	Analisis Data Kuantitatif .....	60
3.5.2	Analisis Data Kualitatif .....	61
3.5.3	Uji Kualitas Data .....	61
3.5.3.1	Uji Validitas .....	61
3.5.3.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.5.3.3	Analisis Angka Indeks .....	62
3.5.4	Uji Model ( Uji Asumsi Klasik) .....	64
3.5.4.1	Uji Multikolinieritas .....	64
3.5.4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	65
3.5.4.3	Uji Normalitas .....	65
3.5.5	Uji Goodness Of Fit .....	66
3.5.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda ( R <sup>2</sup> ) .....	66
3.5.5.2	Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	68
3.5.5.3	Uji F .....	68
3.5.6	Uji T ( Uji Statistik Parsial ) .....	69
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1	Gambaran Umum Responden .....	71
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	71
4.1.2	Umur Responden .....	72
4.1.3	Responden Menurut Pendidikan .....	73
4.2	Analisis Hasil Penelitian .....	74
4.2.1	Diskripsi Jawaban Responden .....	74
4.2.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	75

4.2.2.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	76
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	78
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Layanan Purna Jual .....	79
4.2.2.5 Deskripsi Keputusan Pembelian .....	80
4.2.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	82
4.2.2.1 Uji Validitas .....	82
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	83
4.2.3.1 Uji Normalitas .....	84
4.2.3.2 Pengujian Multikolinieritas .....	85
4.2.3.3 Pengujian Heteroskedastitas .....	86
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
4.2.5 Pengujian Hipotesis .....	88
4.2.5.1 Pengujian Model .....	88
4.2.5.2 Koefisien Determinasi .....	89
4.2.5.3 Pengujian Secara Parsial .....	90
4.3 Pembahasan .....	93
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	93
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	95
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
4. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian	98
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan .....	100
5.2. Saran – saran .....	101
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	101

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104