

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3 Citra Merek	33
2.1.4 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	37
2.1.5 Kualitas Produk.....	38
2.1.6 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	43
2.1.7 Promosi	45
2.1.8 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	51

2.2	Peneliti Terdahulu.....	53
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	55
2.4	Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	57
3.1.1	Variabel Penelitian.....	57
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	58
3.1.2.1	Variabel Bebas (independen).....	58
3.1.2.2	Variabel Terikat (dependen).....	60
3.2	Populasi dan Sampel.....	60
3.2.1	Populasi.....	60
3.2.2	Sampel	61
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	62
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	63
3.5	Metode Analisis Data.....	64
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.5.1.1	Uji Validitas.....	65
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	65
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.5.2.1	Uji Normalitas	66
3.5.2.2	Uji Multikolinieritas	67
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	68
3.5.3	Uji Regresi Berganda	68
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	69
3.5.4.1	Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)	69
3.5.4.2	Uji Signifikansi Simultan (uji f)	70
3.5.4.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.2	Gambaran Umum Responden	74

4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	75
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.1.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	77
4.2	Deskriptif Hasil Penyebaran Kuesioner.....	77
4.2.1.	Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel.....	77
4.2.1.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Citra Merek (X_1).....	78
4.2.1.1.1	Pernyataan Terbuka Mengenai Citra Merek (X_1)	80
4.2.1.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk (X_2)	81
4.2.1.2.1	Pernyataan Terbuka Mengenai Kualitas Produk (X_2).....	82
4.2.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Promosi (X_3).....	84
4.2.1.3.1	Pernyataan Terbuka Mengenai Promosi (X_3) ...	85
4.2.1.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.2.1.4.1	Pernyataan Terbuka Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	87
4.3	Analisis Hasil Penelitian.....	89
4.3.1	Uji Validitas	89
4.3.2	Uji Reliabilitas	90
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	91

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas.....	93
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	95
4.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	95
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	96
4.3.5.1 Uji Parameter Individual (uji t).....	97
4.3.5.2 Uji Signifikansi Simultan (uji f)	98
4.3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	99
4.4 Pembahasan.....	99
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	100
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	101
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	102
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	105
5.2.2 Saran Penelitian yang akan datang.....	107
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	112