

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I 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	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	15
2.2 Definisi Variabel Penelitian.....	17
2.2.1 Kualitas Produk.....	17
2.2.2 Persepsi Harga.....	19
2.2.3 Citra Merk.....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Hubungan Variabel Penelitian.....	23
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	23

2.3.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.6 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.1.1 Variabel Penelitian.....	31
3.1.2 Definisi Operasional.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi Penelitian.....	33
3.2.2 Sampel Penelitian.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis	36
3.5.1 Analisis Data Kualitatif.....	36
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	36
3.5.2.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.2.4 Analisis Linear Berganda.....	39
3.5.2.5 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Gambaran Umum Responden.....	44
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	47
4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli.....	47
4.3 Analisis Data Kualitatif.....	48
4.3.1 Analisis Driskriptif Variabel	48

4.3.1.1	Indeks Kualitas Produk.....	50
4.3.1.2	Indeks Persepsi Harga.....	52
4.3.1.3	Indeks Citra Merek.....	54
4.3.1.4	Indeks Keputusan Pembelian.....	56
4.4	Analisis Data Kuantitatif.....	58
4.4.1	Uji Validitas	58
4.4.2	Uji Realibilitas	59
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	60
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	62
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.4.4	Analisis Linear Berganda dan Uji T.....	64
4.4.4.1	Uji T.....	65
4.4.5	Uji <i>Goodness Of Fit</i>	67
4.4.5.1	Koefisien Determinasi	67
4.4.5.2	Uji F.....	68
4.5	Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Ringkasan Penelitian	72
5.2	Kesimpulan Dari Hipotesis Penelitian.....	74
5.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
5.2.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
5.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	76
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	77
5.5	Saran.....	78
5.5.1	Saran bagi Perusahaan Dagang Willis.....	78
5.5.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN-LAMPIRAN		84