

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
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	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori	13
2.1.1	Konsep-konsep Dasar Pemasaran	13
2.1.2	Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2.1	Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.2.2	Teori Keputusan Pembelian	17
2.1.3	Citra Merek.....	21
2.1.3.1	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	23
2.1.4	Persepsi Tentang Harga	25
2.1.4.1	Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.1.5	Persepsi Kualitas Produk	28
2.1.5.1	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	32
2.2	Bahasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Hipotesis.....	36
2.4	Kerangka pemikiran.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.1.1	Variabel Penelitian.....	39

3.1.2	Definisi Operasional Variabel	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	45
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1	Jenis Data	47
3.3.2	Sumber data	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Analisis Deskriptif	49
3.5.2	Analisis Kuantitatif	50
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.5.3.1	Uji Validitas	51
3.5.3.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.4.1	Uji Normalitas	52
3.5.4.2	Uji Multikolinearitas.....	53
3.5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	54
3.5.5	Uji Regresi Linear.....	55
3.6	Koefisien Determinasi	56
3.7	Pengujian Hipotesis	56
3.7.1	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	57
3.7.2	Uji Statistik F	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden	59
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur	60
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	61
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Domisili.....	62
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	63
4.2.1.1	Uji Validitas	63
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	64
4.2.2	Analisis Deskriptif	65
4.2.2.1	Deskripsi Variabel Citra Merek	65
4.2.2.2	Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	67
4.2.2.3	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	70
4.2.2.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	72
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.2.3.1	Uji Normalitas	74
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	75
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Linier.....	77

4.2.5 Koefisien Determinasi	77
4.2.6 Pengujian Hipotesis	78
4.2.6.1 Uji T	78
4.2.6.2 Uji F	79
4.3 Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran-saran	88
5.2.1 Saran/Implikasi Manajerial.....	88
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang.....	92
5.3 Keterbatasan	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	99