

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2 Cita Merek.....	27
2.1.3 Persepsi Kualitas.....	32
2.1.4 Harga.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.3 Hipotesis.....	44

	2.4	Definisi Konseptual Variabel.....	45
BAB III		METODE PENELITIAN.....	47
	3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	47
		3.1.1. Variabel Penelitian.....	47
		3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	48
	3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	50
		3.2.1. Populasi.....	50
		3.2.2. Sampel.....	50
	3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	52
	3.4	Metode Pengumpulan Data.....	53
	3.5	Metode Analisis Data.....	54
		3.5.1 Analisis Data Kualitatif.....	54
		3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	55
		3.5.3 Uji Kualitas Data.....	55
		3.5.3.1 Uji Validitas.....	55
		3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
		3.5.4 Uji Model (Uji Asumsi Klasik).....	57
		3.5.4.1 Uji Multikolinieritas.....	57
		3.5.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	58
		3.5.4.3 Uji Normalitas.....	58
		3.5.5 Uji Kebaikan Model.....	59
		3.5.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
		3.5.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
		3.5.5.3 Uji F (Uji Simultan).....	61
		3.5.6 Uji t (Uji Statistik Parsial).....	62
		3.5.7 Uji Goodness of Fit.....	62
		3.5.8 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	63

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	64
	4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	64
	4.1.2 Hierarki Keluarga.....	66
	4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	68
	4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
	4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	69
	4.2.3 Gambaran Umum Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	70
	4.2.4 Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	71
	4.2.5 Gambaran Umum Responden Menurut Pendapatan Perbulan.....	72
	4.3 Hasil Penelitian.....	73
	4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	73
	4.3.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Citra Merek(X_1).....	74
	4.3.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kualitas(X_2).....	77
	4.3.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Harga(X_3)	80
	4.3.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	82
	4.3.2 Uji Validitas.....	86
	4.3.3 Uji Reliabilitas.....	87
	4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
	4.3.4.1 Uji Normalitas.....	88

	4.3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	91
	4.3.4.3 Uji heteroskedastisitas.....	92
	4.3.5 Analisis Regresi Berganda.....	94
	4.3.6 Uji Kelayakan Model (<i>Godness of Fit</i>)	95
	4.3.6.1 Uji F.....	95
	4.3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96
	4.3.6.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)	97
	4.4 Hasil Intrepretasi dan Pembahasan.....	99
BAB V	PENUTUP.....	103
	5.1 Kesimpulan.....	103
	5.2 Implikasi Kebijakan.....	107
	5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
	5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	110
	DAFTAR PUSTAKA.....	112
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	116