

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15

2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Keputusan Pembelian	21
2.1.4 Motivasi Pembelian	25
2.1.5 Persepsi Kualitas	31
2.1.6 Sikap Terhadap Merek	35
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	47
2.5 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.3 Jenis dan Sumber Data	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1 Kuesioner	55
3.4.2 Wawancara	56
3.5 Metode Analisis Data	56
3.5.1 Analisis Data Kualitatif	56
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif	57
3.5.2.1 Uji Validitas	57

3.5.2.2 Uji Realibilitas	57
3.5.3 Analisis Angka Indeks	58
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	59
3.5.4.1 Uji Multikolinearitas	60
3.5.4.2 Uji Heteroskedastisitas	60
3.5.4.3 Uji Normalitas	61
3.5.5 Analisis Regresi Berganda.....	62
3.5.6 Uji <i>Goodness of Fit</i>	63
3.5.6.1 Uji F.....	63
3.5.6.2 Uji t.....	64
3.5.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	66
4.1.2 Gambaran Umum Produk	67
4.2 Gambaran Umum Responden	70
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	71
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	72
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	73
4.3 Analisis Data	74
4.3.1 Uji Validitas.....	74
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel.....	76
4.4.1 Analisis Jawaban Tentang Motivasi Pembelian	78

4.4.2 Analisis Jawaban Tentang Persepsi Kualitas.....	80
4.4.3 Analisis Indeks Jawaban Tentang Persepsi Sikap Merek.....	82
4.4.4 Analisis Indeks Jawaban Tentang Keputusan Pembelian.....	83
4.5 Uji Asumsi Klasik	85
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	85
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	86
4.5.3 Uji Normalitas	88
4.6 Analisis Regresi Berganda	88
4.7 Uji <i>Goodness of Fit</i>	90
4.7.1 Uji F.....	90
4.7.2 Uji t.....	91
4.8 Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.9 Pembahasan	93
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Keterbatasan	97
5.3 Saran.....	98
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	