

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Kualitas Produk	22
2.1.3 Citra Merek	25
2.1.4 Harga	29
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional	42
3.2 Skala Pengukuran Variabel	44
3.3 Populasi dan Penentuan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder.. ..	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Pengolahan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	48

3.7.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.2.1 Uji Normalitas Data	50
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	51
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	51
3.7.3 Uji Regresi Berganda	52
3.7.4 Pengujian Hipotesis	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Deskripsi Produk	55
4.1.2 Gambaran Umum Responden	56
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	57
4.1.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.2.3 Pekerjaan Responden	58
4.2 Analisis Hasil Penelitian	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.2.1.1 Uji Validitas	60
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	61
4.2.2. Analisis Deskriptif	61
4.2.2.1 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	62
4.2.2.2 Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	64
4.2.2.3 Jawaban Responden Mengenai Harga	66
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	68
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	70

4.2.3.1 Uji Normalitas	70
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	72
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	74
4.2.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	75
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	75
4.2.4.2 Uji Determinasi (R^2)	76
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t)	77
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	78
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	79
4.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	79
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Keterbatasan Penelitian	81
5.3 Saran	82
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	84
Daftar Pustaka	85
Lampiran – lampiran	88