

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Harga	21
2.1.4 Desain Produk.....	31
2.1.5 Citra Merek.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran	43
2.3 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.5.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	51
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	53

3.5.2.1 Uji Multikolonieritas	53
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	53
3.5.2.3 Uji Normalitas.....	54
3.5.3 Analisis Linear Berganda	55
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	56
3.5.4.1 Koefisien Determinasi.....	56
3.5.4.2 Uji Kelayakan Model	57
3.5.4.3 Uji Parsial (Uji t).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	60
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	62
4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
4.1.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	64
4.1.3.1 Analisis Indeks Jawaban Harga	66
4.1.3.2 Analisis Indeks Jawaban Desain Produk.....	67
4.1.3.3 Analisis Indeks Jawaban Citra Merek.....	68
4.1.3.4 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian.....	70
4.2 Analisis Data	71
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	71
4.2.1.1 Uji Validitas.....	71
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	73
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas	74
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas	75
4.2.2.3 Uji Normalitas.....	76
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	78
4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	80
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model	80
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	81
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t).....	81
4.3 Interpretasi Hasil dan Pembahasan	83
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.3.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	83
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V PENUTUP	85

5.1 Simpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3 Saran	87
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92