

DAFTAR ISI

HALAMAN PERETUJUAN	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	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Definisi Pemasaran	18
2.1.2 Keputusan Pembelian	20
2.1.3 Citra Merek	27
2.1.3.1 Hub. Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	30
2.1.4 Pengertian Persepsi Harga	32
2.1.4.1 Hub. Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	35
2.1.5 Kualitas Produk	36
2.1.5.1 Hub. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	39
2.1.6 Promosi.....	40
2.1.6.1 Hub. Promosi dengan Keputusan Pembelian	45

2.1.7 Penelitian Terdahulu	46
2.2 Kerangka Pemikiran	50
2.3 Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	53
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	56
3.4 Metode Pengumpulan Data	56
3.4.1 Kuesioner	56
3.4.2 Wawancara	57
3.5 Metode Analisis	57
3.5.1 Analisis Data Kuantitatif	57
3.5.1.1 Uji Validitas	57
3.5.1.2 Uji Realibilitas	58
3.5.2 Analisis Angka Indeks	58
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	60
3.5.3.1 Uji Multikolinearitas	60
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	61
3.5.3.3 Uji Normalitas	62
3.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	62
3.5.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	63
3.5.5.1 Uji F.....	64
3.5.5.2 Uji t.....	64
3.5.6 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	68
4.2 Gambaran Umum Responden	71
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	72

4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4	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.....	77
4.4.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Citra Merek	78
4.4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Persepsi Harga..	80
4.4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk.	82
4.4.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Promosi	84
4.4.5	Analisis Indeks Jawaban Tentang Keputusan Pembelian.....	86
4.5	Uji Asumsi Klasik	88
4.5.1	Uji Multikolinearitas.....	88
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	89
4.5.3	Uji Normalitas	90
4.6	Analisis Regresi Berganda	91
4.7	Uji <i>Goodness of Fit</i>	92
4.7.1	Uji F.....	92
4.7.2	Uji t.....	93
4.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	95
BAB V	PENUTUP	97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Keterbatasan	98
5.3	Saran.....	99
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	100
DAFTAR	PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104