

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
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.....	13
1.4 Sistematika Penulisan	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 .Landasan Teori	15
2.1.1 .. Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 .. Kualitas Produk.....	16
2.1.3 .. Merek.....	19
2.1.4 .. Harga.....	22
2.1.5 .. Perilaku Konsumen.....	26
2.1.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.1.5.2 Tipe-Tipe Perilaku Membeli	27
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	29
2.1.5.4 Tahap-Tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan	30
2.1.6 Peranan Individu Dalam Pembelian.....	32
2.2 .Penelitian terdahulu.....	34
2.3 .Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 .Hipotesis.....	37
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 38
3.1 .Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.1.1 . Variabel Penelitian.....	38
3.1.2 . Definisi Operasional.....	39
3.2 .Populasi dan Sampel.....	41

3.3 .Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4 .Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5 .Metode Pengolahan Data.....	45
3.6 .Metode Analisis Data.....	47
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1.1 Uji Validitas.....	47
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas.....	48
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.5.2.3 Uji Normalitas.....	49
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.5.4 <i>Goodnes Of Fit</i> Model Regresi.....	51
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.5.6 Uji Hipotesis.....	52
3.5.6.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	52
3.5.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	55
4.1 Gambaran Umum Responden.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasar Jenis Kelamin	55
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasar Usia.....	56
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasar Pekerjaan.....	57

4.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasar Pendapatan.....	58
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Deskripsi variabel Penelitian.....	58
4.2.1.1	Analisis Index Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_1)....	59
4.2.1.2	Analisis Index Jawaban Responden Terhadap Variabel Merek (X_2).....	62
4.2.1.3	Analisis Index Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X_3).....	64
4.2.1.4	Analisis Index Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.2.2	Uji Kuesioner.....	69
4.2.2.1	Uji Validitas.....	69
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	72
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	73
4.2.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	74
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	75
4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	77
4.2.5.1	Uji t.....	77
4.2.5.2	Uji F.....	78

4.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.3 .Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Keterbatasan.....	83
5.3 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89