

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Proses/Tahapan Keputusan Pembelian	12
2.2 Kualitas Produk.....	15
2.2.1 Definisi Kualitas Produk.....	15
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	16
2.3 Harga.....	17
2.3.1 Definisi Harga	17
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	19
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Citra Merek	23
2.4.1 Definisi Citra Merek	23
2.4.2 Peran Citra Merek Bagi Organisasi	25
2.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	27
2.5 Penelitian Terdahulu	28
2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
2.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	32

BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 33
3.1.1	Variabel Bebas(<i>Independen</i>)..... 33
3.1.2	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)..... 34
3.2	Populasi dan Sampel 35
3.3	Jenis dan Sumber Data 36
3.4	Metode Pengumpulan Data 36
3.5	Metode Analisis 37
3.5.1	Uji Instrumen 37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik 38
3.5.3	Regresi Linear Berganda..... 40
3.5.4	<i>Uji Godness Of Fit</i> 41
3.5.5	Pengujian Hipotesis (Uji – t)..... 41
3.5.6	Koefisien Determinasi (R Square) 42
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Responden 44
4.2	Analisis Data 47
4.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden 47
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas 58
4.2.2.1	Uji Validitas 58
4.2.2.2	Uji Reliabilitas 59
4.2.3	Uji Asumsi Klasik..... 60
4.2.4	Analisis Regresi Berganda 63
4.2.5	<i>Goodness Of Fit</i> 64
4.2.6	Pengujian Hipotesis..... 65
4.2.7	Koefisien Determinasi..... 67
4.3	Pembahasan..... 67
BAB V : PENUTUP	
5.1	Kesimpulan 71
5.2	Keterbatasan Penelitian 72
5.3	Saran..... 72
5.3.1	Saran Bagi Perusahaan..... 72
5.3.2	Saran Bagi Penelitian Mendatang 73
DAFTAR PUSTAKA 75	
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 78	