

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Persepsi Harga.....	13
2.1.3 Promosi	13
2.1.4 Citra Merek	14
2.1.5 Minat Beli	15
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Hubungan antar Variabel yang Diteliti.....	18
2.2.1 Hubungan kualitas produk terhadap citra merek	18
2.2.2 Hubungan persepsi harga terhadap minat beli	19
2.2.3 Hubungan promosi terhadap minat beli	19
2.2.4 Hubungan citra merek terhadap minat beli	20

2.2.5	Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian	21
2.2.6	Hubungan minat beli terhadap keputusan pembelian	22
2.2.7	Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian	22
2.3	Penelitian Terdahulu	23
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.5	Dimensi Operasional Variabel.....	28
2.5.1	Dimensionalisasi Variabel Kualitas Produk	28
2.5.2	Dimensionalisasi Variabel Persepsi Harga	30
2.5.3	Dimensionalisasi Variabel Promosi	31
2.5.4	Dimensionalisasi Variabel Citra Merek	32
2.5.5	Dimensionalisasi Variabel Minat Beli.....	33
2.5.6	Dimensionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian.....	35
3.1.2	Definisi Operasional.....	36
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1	Data Primer	40
3.3.2	Data Sekunder	41
3.4	Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Responden	52
4.1.1	Deskripsi Responden berdasarkan Umur.....	52
4.1.2	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.3	Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	54
4.1.4	Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan	55
4.1.5	Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan.....	56
4.2	Hasil Analisis	57
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.2.2	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualiatas Produk	58

4.2.3. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Percieved Harga	59
4.2.4. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	60
4.2.5. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	60
4.2.6. Analisis Jawaban Responden Terhadap Minat Beli	61
4.2.7. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.3. Analisis SEM.....	63
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	63
4.3.2. Analisis Full Model SEM	71
4.3.3. Asumsi SEM	72
4.3.4. Pengujian Hipotesis	82
4.4. Interpretasi Hasil	86
4.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap citra merek	86
4.4.2 Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli	86
4.4.3 Pengaruh promosi terhadap minat beli	86
4.4.4 Pengaruh citra merek terhadap minat beli.....	87
4.4.5 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	87
4.4.6 Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian	87
4.4.7 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	88
BAB V PENUTUP.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Implikasi Manajerial	91
5.3. Keterbatasan Penelitian	93
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99