

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | I |
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | II |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | III |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | IV |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN | V |
| ABSTRACT | VI |
| ABSTRAK | VII |
| KATA PENGANTAR..... | VIII |
| DAFTAR ISI..... | XI |
| DAFTAR TABEL | XIII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIV |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 LATAR BELAKANG | 1 |
| 1.2 PERUMUSAN MASALAH..... | 12 |
| 1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN | 13 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 18 |
| 2.1 LANDASAN TEORI..... | 18 |
| 2.2 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL..... | 29 |
| 2.3 PENELITIAN TERDAHULU | 32 |
| 2.4 KERANGKA PEMIKIRAN | 36 |
| 2.5 HIPOTESIS PENELITIAN | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL | 37 |
| 3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL | 38 |
| 3.3 JENIS DAN SUMBER DATA | 41 |
| 3.4 PENENTUAN POPULASI DAN SAMPEL..... | 41 |
| 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA | 43 |
| 3.6 TEKNIK ANALISIS DATA..... | 45 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 52 |
| 4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN | 52 |
| 4.1.1 Deskripsi Umum Perusahaan..... | 52 |
| 4.1.2 Deskripsi Umum Responden | 53 |
| 4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden | 56 |
| 4.1.3.1 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Produk..... | 58 |

| | | |
|-----------------------------|---|------------|
| 4.1.3.2 | Analisis Indeks Jawaban Persepsi Harga | 60 |
| 4.1.3.3 | Analisis Indeks Jawaban Review Produk..... | 62 |
| 4.1.3.4 | Analisis Indeks Jawaban Citra Merek | 64 |
| 4.1.3.5 | Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian | 66 |
| 4.2 | INTERPRETASI DATA | 68 |
| 4.2.1.1 | Uji CFA Variabel Eksogen..... | 69 |
| 4.2.1.2 | Uji CFA Variabel Endogen | 72 |
| 4.2.1.3 | Analisis Full Structural Equation Model (SEM) | 75 |
| 4.2.2 | Asumsi SEM..... | 79 |
| 4.2.2.1 | Evaluasi Normalitas | 79 |
| 4.2.2.2 | Evaluasi Outlier Data | 80 |
| 4.2.2.3 | Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas..... | 86 |
| 4.2.2.4 | Evaluasi Nilai Residual | 87 |
| 4.2.2.5 | Asumsi Reliabilitas..... | 88 |
| 4.2.3 | Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total | 90 |
| 4.3.1 | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek | 92 |
| 4.3.2 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Citra Merek | 93 |
| 4.3.3 | Pengaruh Review Produk terhadap Citra Merek | 94 |
| 4.3.4 | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 95 |
| BAB V PENUTUP | | 97 |
| 5.1 | SIMPULAN | 97 |
| 5.2 | IMPLIKASI MANAJERIAL | 99 |
| 5.3 | KETERBATASAN PENELITIAN..... | 102 |
| 5.4 | SARAN PENELITIAN MENDATANG | 102 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 104 |
| LAMPIRAN..... | | 108 |