

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2 Harga.....	18
2.1.2.1 Jenis Penetapan Harga.....	20
2.1.3 Daya Tarik Iklan.....	23
2.1.4 Kualitas Produk	25
2.1.5 Citra Merek.....	26
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	34

2.2.1	Hubungan Harga terhadap Citra Merek.....	34
2.2.2	Hubungan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek.....	34
2.2.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek	35
2.2.4	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.5	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	36
2.2.6	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ..	37
2.3	Penelitian Terdahulu.....	38
2.4	Kerangka Pemikiran.....	42
2.5	Hipotesis	43
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN		44
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1	Variabel Penelitian.....	44
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2	Populasi dan Sample	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1	Data Primer	49
3.3.2	Data Sekunder	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1	Kuesioner	50
3.4.2	Data Sekunder.....	52
3.5	Metode Analisis Data	52
3.6.	Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	60
3.6.1	Uji Reliability.....	60
3.6.2	Variance Extract	61
3.6.3	Struktural Model Fit.....	61
3.6.4	Interpretasi dan Modifikasi Model	61
BAB IV		63
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	63

4.1.1	Informasi Sumber Media Iklan yang Dilihat Konsumen Produk Sari Roti	64
4.2	Profil Responden	66
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan.....	69
4.3	Deskripsi variabel.....	70
4.3.1	Analisis Deskripsi Variabel Harga	71
4.3.2	Analisis Deskripsi Variabel Daya Tarik Iklan.....	73
4.3.3	Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk	74
4.3.4	Analisis Deskripsi Variabel Citra Merk.....	75
4.3.5	Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.4	Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	79
4.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA).....	79
4.4.2	Analisis Full Model SEM.....	85
4.4.3	Asumsi SEM	88
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	98
4.5	Pembahasan	101
BAB V.....		104
PENUTUP		104
5.1	Kesimpulan	104
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	105
5.3	Implikasi Teoritis.....	105
5.4	Implikasi Manajerial.....	107
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	110
5.6	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN A		116
LAMPIRAN B		123
LAMPIRAN C		128