

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Masalah Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	17
2.1.4 Kualitas Produk.....	22
2.1.5 Persepsi Harga	26
2.1.6 Promosi	30
2.1.7 Citra Merek	35

2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu	40
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
3.2.1 Variabel Penelitian.....	44
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel	47
3.4 Sumber Data.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Deskriptif	49
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	50
3.6.2.1 <i>Outer Model</i>	50
3.6.2.2 <i>Inner Model</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.2 Deskripsi Demografi Responden	58
4.1.3 Analisis Deskriptif Statistik	60
4.2 Analisis Data Kuantitatif.....	61
4.2.1 <i>Outer Model</i>	61
4.2.2 <i>Inner Model</i>	66
4.2.2.1 <i>Estimate Coefficient</i>	66
4.2.2.2 <i>Indirect Effect</i>	68
4.3 Pembahasan.....	69

BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79