

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Konsep dan Teori Terhadap Perilaku Konsumen.....	18
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian	20
2.2.1 Kualitas Produk	20
2.2.2 Citra Merek	23
2.2.3 Persepsi Harga.....	26
2.2.4 Minat Beli.....	29
2.2.5 Keputusan Pembelian	32
2.3 Penelitian Terdahulu	35
2.4 Pengaruh Hubungan Antar Variabel.....	39
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	39
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	40
2.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	40
2.4.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.4.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	42

2.4.7	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.5	Kerangka Pemikiran	44
2.6	Hipotesis.....	45
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1	Variabel Penelitian	46
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	47
3.2	Populasi dan Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1	Kuesioner	51
3.4.2	Studi Kepustakaan	52
3.5	Metode Analisis.....	52
3.5.1	Kuantitatif	52
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Gambaran Objek Penelitian	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Gambaran Umum Responden	59
4.2	Hasil Analisis	63
4.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	63
4.2.2	Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM).....	69
4.2.3	Uji Normalitas Data.....	72
4.2.4	Multivariate Outliers.....	74
4.2.5	Evaluasi Multikolinearitas	75
4.2.6	Evaluasi Nilai Residual.....	76
4.2.7	Uji Validitas	77
4.2.8	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect	79
4.2.9	Uji Realibilitas dan Variance Extracted.....	80
4.2.10	Uji Hipotesis.....	83
4.3	Pembahasan	86
4.3.1	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	86
4.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	87
4.3.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	88
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	88

4.3.5	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.3.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.3.7	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	91
BAB V PENUTUP		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitiasn	93
5.3	Implikasi Teoritis	94
5.4	Implikasi Manajerial	97
5.5	Keterbatasan Prenelitian	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		107
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN		107
LAMPIRAN B TABULASI DATA KUESIONER.....		121
LAMPIRAN C HASIL OUTPUT AMOS.....		129
LAMPIRAN D HASIL DATA KUALITATIF		177