

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Citra Merek	10
2.1.1. Dimensi Kualitas Produk	11
2.1.2. Fungsi Merek dan Manfaat Merek.....	12
2.1.3. Tujuan Merek	13
2.2. Kualitas Produk.....	14
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk	15

2.3. Harga	16
2.3.1. Harga	16
2.3.2. Dimensi Harga	16
2.3.3. Tujuan Penetapan Harga	17
2.4. Keputusan Pembelian	19
2.4.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	19
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	21
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.7. Hipotesis	25
2.8. Model Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Desain Riset	25
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.2.1. Jenis Data	25
3.2.2. Sumber Data	25
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel.....	26
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4. Unit Analisis	28
3.5. Definisi Operasional Variabel	29
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Uji Validitas.....	31
3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	34
1. Uji Normalitas	34
2. Uji Multikolinieritas	34
3. Uji Heteroskedastitas.....	35
3.6.4. Uji Hipotesis.....	35
1. Uji t	35
2. Uji F	36

3.6.5. Analisis Linier Berganda.....	37
3.6.6. Koefisien Determinasi.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Hasil Penelitian	39
4.1.1. Karakteristik Responden	39
4.1.2. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	45
3. Uji Normalitas	46
4. Uji Multikolinearitas	47
5. Uji Heterodestisitas	48
4.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.1.4. Uji Hipotesis.....	51
1. Uji Parsial (t).....	51
2. Uji Simultan (F)	52
3. Uji Koefisien Determinasi	53
4.2. Hasil dan Pembahasan	54
4.3. Temuan Penelitian	56
4.4. Keterbatasan Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
5.3. Implikasi Manahjeria	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
Tabel 1.1	Penjualan Mitsubishi Mirage.....	4
Tabel 1.2	Tabel Penjualan Dealer.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahlu	21
Tabel 3.1	Ukuran Skala Likert	27
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.3	Ukuran Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.5	Hasil Uji Parsial (t)	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Simultan (F).....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Mitsubishi Mirage	4
Gambar 1.2 Hasil Survey	6
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	19
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	57
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	57
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Pra-survei.....	65
2	Kuesioner 100 Responden.....	67
3	Tabulasi Hasil Data Kuesioner <i>Pre-Test</i> 30.....	70
4	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
5	Hasil Uji Analisis regresi	74
4	Tabulasi Hasil Data Kuesioner <i>Pre-Test</i> 30 Responden.....	75
5	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> 30 Responden	77
6	Tabulasi Hasil Data Kuesioner 100 Responden	83
7	Tabulasi Hasil Uji Validitas 30.....	84