

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1. Bagi Penulis.....	7
2. Bagi Akademis.....	7
3. Bagi Perusahaan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Citra Merek.....	8
2.1.1.1 Faktor-faktor yang membentuk Citra Merek.....	9
2.1.1.2 Strategi Citra Merek.....	9
2.1.1.3 Dimensi Citra Merek.....	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	13
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Harga.....	15
2.1.3.1 Pengertian harga.....	15
2.1.3.2 Dimensi Harga.....	15
2.1.3.3 Metode Penetapan Harga.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22

2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.4 Hipotesis	25
2.5 Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Riset	27
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4 Unit Analisis	30
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Data Kualitatif.....	37
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	46
4.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.1.4 Uji Hipotesis.....	52
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.1.6 Hasil Dominan.....	57
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.3 Temuan Penelitian.....	61
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.3 Implikasi Penelitian.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Nomor	Daftar Tabel	Halaman
1	Top Brand Index Produk Body Lotion Nivea.....	2
2	Perbandingan Harga Produk <i>Body Lotion</i>	4
3	Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
4	Instrument Skala Likert dalam Penelitian.....	28
5	Definisi Variabel Operasional.....	35
6	<i>Cronbach's alpha</i>	49
7	Responden berdasarkan usia.....	43
8	Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	44
9	Responden berdasarkan profesi.....	45
10	Responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	45
11	Uji Validitas.....	47
12	Uji Reliabilitas.....	50
13	Hasil Olahan Regresi.....	50
14	Hasil Uji t.....	52
15	Anova.....	55
16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
17	Hasil Uji Dominan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Daftar Gambar	Halaman
1	Proses Keputusan Pembelian.....	18
2	Model Penelitian.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Daftar Lampiran	Halaman
1	Kuisisioner.....	68
2	Tabulasi Pre-Test 30 Responden.....	73
3	Hasil Uji Validitas.....	74
4	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
5	Tabulasi Data 100 Responden.....	87
6	Hasil Uji Regresi, Uji t, Uji F, Koefisien Determinasi (R^2).....	91