

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	8
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1. Manfaat Bagi Perusahaan .....	10
1.5.2. Manfaat Bagi Peneliti.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	11
2.1.1. Kualitas Produk .....	11
2.1.1.1. Pengertian Kualitas produk .....	11
2.1.1.2. Klasifikasi produk .....	11
2.1.1.3. Tingkatan Produk .....	12
2.1.1.4. Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.2. Harga.....	14
2.1.2.1. Pengertian Harga .....	14
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.1.2.3. Strategi Penetapan Harga.....	17
2.1.2.4. Dimensi Harga .....	17
2.1.3. Citra Merek .....	18
2.1.3.1. Pengertian Citra Merek .....	18
2.1.3.2. Enam Level Pengertian Citra Merek .....	19
2.1.3.3. Manfaat Citra Merek .....	19

2.1.3.4. Dimensi Citra Merek .....	22
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.2. Proses Pengambilan Keputusan .....	24
2.1.4.3. Dimensi Keputusan Pembelian .....	25
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	27
2.3. Hubungan antar Variabel .....	32
2.3.1. Hubungan kualitas Produk terhadap Citra Merek .....	32
2.3.2. Hubungan Harga terhadap Citra Merek .....	33
2.3.3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian ..	33
2.3.4. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.5. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.3.6. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	36
2.3.7. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	36
2.4. Hipotesis .....	37
2.5. Model Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Desain Penelitian .....	39
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.2.1. Jenis Data .....	39
3.2.2. Sumber Data .....	40
3.2.2.1. Data Primer .....	40
3.2.2.2. Data Sekunder .....	41
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.3.1. Populasi .....	41
3.3.2. Sampel .....	41
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	42
3.4. Unit Analisis .....	43
3.5. Definisi Operasionalisasi Variabel .....	43
3.5.1. Operasional Variabel Kualitas produk .....	43
3.5.2. Operasional Variabel Harga .....	45
3.5.3. Operasional Variabel Citra Merek .....	45
3.5.4. Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	46
3.6. Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1. Uji Validitas .....	49
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	50
3.6.3. Uji Regresi Linear Berganda .....	51
3.6.3.1. Uji F .....	51
3.6.3.2. Uji t .....	51
3.6.3.3. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	52
3.6.4. Uji Intervening .....	53
3.6.4.1. Analisis Jalur Path Analysis .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>

4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Deskriptif Data/Karakteristik Responden.....	57
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.1.1.4 Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	59
4.1.1.5 Responden Berdasarkan Penggunaan Laptop Toshiba..	60
4.2 Hasil Uji Validitas .....	61
4.2.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
4.2.2 Hasil Uji Validitas Harga .....	62
4.2.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	62
4.2.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	63
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	65
4.4.1 Analisis Jalur Tahap Pertama .....	65
4.4.1.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	66
4.4.1.2 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek .....	66
4.4.1.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Citra Merek .....	67
4.4.2 Analisis Jalur Tahap Kedua .....	68
4.4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.4.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .	69
4.4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian .	70
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	71
4.4.3.1 Sobel Test Tahap Pertama .....	72
4.4.3.2 Sobel test Tahap Kedua .....	73
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek .....	75
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	76
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	77
4.5.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.5.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.5.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	80
4.5.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	80
4.6 Temuan Penelitian .....	81
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran .....	83
5.3 Implikasi Penelitian .....	85
5.3.1 Implikasi teoristis .....	85

5.3.2 Implikasi praktis.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tob Brand Index tahun 2015 - 2018 kategori PC/laptop .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Skala likert.....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	46
Tabel 3.3 Tingkatan Reliabilitas .....	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga .....	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.6 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Pertama .....	65
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 4.8 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Kedua .....	68
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi .....	71

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Tentang Kualitas produk dari Pengguna Laptop Toshiba di wilayah Jakarta Barat .....	5
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Tentang Harga dari Pengguna Laptop Toshiba di wilayah Jakarta Barat.....	5
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Tentang Citra Merek dari Pengguna Laptop Toshiba di wilayah Jakarta Barat.....	6
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	24
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	38
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hubungan Kausal $X_1$ , $X_2$ , dan $Z$ Terhadap $Y$ .....	55
Gambar 3.2 Diagram Struktur 1.....	56
Gambar 3.3 Diagram Struktur 2.....	56
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	58
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Penggunaan Laptop Toshiba .....	60
Gambar 4.6 Hasil Tahap Pertama Analisis Jalur .....	65
Gambar 4.7 Hasil Tahap Kedua Analisis Jalur.....	68
Gambar 4.8 Tahap Ketiga Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	71
Gambar 4.9 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama .....	72
Gambar 4.10 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner .....	89
Lampiran 2 Pra Survey .....	94
Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden .....	96
Lampiran 4 Uji Validitas.....	100
Lampiran 5 Uji reliabilitas .....	106
Lampiran 6 Tabulasi 100 Responden .....	107
Lampiran 7 Analisis jalur.....	119