

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Manfaat Bagi Perusahaan	9
1.5.2. Manfaat Bagi Penulis	10
1.5.3. Manfaat Bagi Pembaca	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Keputusan Pembelian	11
2.1.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
2.1.2. Tahapan Proses Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian	21
2.2. Citra Merek	21
2.2.1. Dimensi Citra Merek	22
2.2.2. Tujuan Pemberian Nama Merek	22
2.2.3. Manfaat Citra Merek yang Kuat	24
2.2.4. Fungsi Citra Merek yang Kuat	26
2.2.5. Indikator Citra Merek	27
2.3. Kualitas Produk	27
2.3.1. Dimensi Kualitas Produk	28
2.3.2. Manfaat Kualitas Produk	39
2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	30
2.4. Harga	33

2.4.1. Tujuan Penetapan Harga	34
2.4.2. Peranan Harga.....	35
2.4.3. Dimensi Harga	36
2.4.4. Indikator Harga	38
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	38
2.6. Hubungan Antar Variabel	44
2.6.1. Hubungan Harga terhadap Citra Merek	44
2.6.2. Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek	45
2.6.3. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	46
2.6.4. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	46
2.6.5. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	46
2.6.6. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek.....	47
2.6.7. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	47
2.7. Hipotesis	48
2.8. Model Penelitian	49

BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Desain Riset	50
3.2. Jenis dan Sumber Data	50
3.2.1. Jenis Data	50
3.2.2. Sumber Data	51
3.2.2.1. Data Primer	51
3.2.2.2. Data Sekunder	51
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3.1. Populasi	52
3.3.2. Sampel	52
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4. Unit Analisis	53
3.5. Operasionalisasi Variabel	53
3.6. Teknik Analisis Data	57
3.6.1. Uji Validitas	57
3.6.2. Uji Reliabilitas	58
3.6.3. Uji Regresi Linear Berganda	58
3.6.3.1. Uji F	58
3.6.3.2. Uji t	59
3.6.3.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
3.6.4. Uji Intervening	60
3.6.4.1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	60
3.6.4.2. Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test)	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Profil Objek Penelitian	66
4.2. Hasil Penelitian	67
4.2.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden	67
4.2.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.1.2. Responden Berdasarkan Usia	68
4.2.1.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.1.4. Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	69
4.2.1.5. Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian (Bulanan)	70
4.3. Hasil Uji Validitas	70
4.3.1. Hasil Uji Validitas Harga	71
4.3.2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	71
4.3.3. Hasil Uji Validitas Citra Merek	72
4.3.4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
4.4. Hasil Uji Reliabilitas	74
4.5. Analisis Deskriptif Penelitian	74
4.5.1. Variabel Harga.....	76
4.5.2. Variabel Kualitas Produk	76
4.5.3. Variabel Citra Merek	77
4.5.4. Variabel Keputusan Pembelian	78
4.6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	80
4.6.1. Analisis Jalur Tahap Pertama	80
4.6.1.1. Pengaruh Harga terhadap Citra Merek	80
4.6.1.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	81
4.6.1.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Citra Merek.....	81
4.6.2. Analisis Jalur Tahap Kedua	82
4.6.2.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	83
4.6.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.6.2.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	84
4.6.2.4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara bersama-sama.....	84
4.6.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2	85
4.6.3.1. Sobel Test Tahap Pertama	86
4.6.3.2. Sobel Test Tahap Kedua	87
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	89

4.7.1. Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek	89
4.7.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	90
4.7.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.7.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.7.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.7.6. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	93
4.7.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	93
4.8. Temuan Penelitian	94
4.9. Keterbatasan Penelitian	94

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN 97

5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran	99
5.2.1 Bagi Perusahaan	99
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	99
5.3. Implikasi Penelitian	100
5.3.1 Implikasi Teoritis	100
5.3.2 Implikasi Praktis	101

DAFTAR PUSTAKA 103

LAMPIRAN 107

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tob Brand Index Shampo Head&Shoulder 2017	2
Tabel 1.2 Hasil Survey Perbandingan Harga Shampo Head&Shoulder	5
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Skala Likert	51
Tabel 3.2 Operasional Variabel	55
Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas	59
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Harga	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	71
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek	72
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.6 Skala Pengukuran Nilai Indeks	75
Tabel 4.7 Angka Indeks Variabel Harga	76
Tabel 4.8 Angka Indeks Variabel Kualitas Produk	76
Tabel 4.9 Angka Indeks Variabel Citra Merek	77
Tabel 4.10 Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel 4.11 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Pertama	80
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.13 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Kedua	82
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 Model Penelitian	48
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hubungan Kausal X1, X2, dan Z Terhadap Y	62
Gambar 3.2 Diagram Struktur 1	63
Gambar 3.3 Diagram Struktur 2	63
Gambar 3.4 Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama	64
Gambar 3.5 Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua	65
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	69
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian (Bulanan)	70
Gambar 4.6 Hasil Tahap Pertama Analisis Jalur.....	80
Gambar 4.7 Hasil Tahap Kedua Analisis Jalur	83
Gambar 4.8 Tahap Ketiga Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	85
Gambar 4.9 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama ...	86
Gambar 4.10 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua	88

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra Survey	109
Lampiran 2 Kuesioner.....	112
Lampiran 3 Tabulasi Data Pretest 30 Responden	118
Lampiran 4 Uji Validitas	121
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	126
Lampiran 6 Tabulasi 160 Responden.....	127
Lampiran 7 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	139