

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	8
1.2.1. Identifikasi Masalah	8
1.2.2. Pembatasan Masalah	8
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Perilaku Konsumen	11
2.1.1. Klasifikasi Konsumen	12
2.1.2. Model Perilaku Konsumen	13
2.2. Kualitas Produk	13
2.2.1. Dimensi Kualitas Produk	15
2.3. Citra Merek	16
2.3.1. Dimensi Citra Merek	17
2.3.2. Tujuan Pemberian Nama Merek	19
2.4. Promosi	20
2.4.1. Tujuan Promosi	21
2.4.2. Indikator Promosi	22
2.5. Keputusan Pembelian	24
2.5.1. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26

2.6.	Penelitian Terdahulu	29
2.7.	Hubungan Antar Variabel	31
2.7.1.	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
2.7.2.	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ..	32
2.7.3.	Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	32
2.8.	Hipotesis	33
2.9.	Model Penelitian	34
BAB III MODEL PENELITIAN		35
3.1.	Desain Riset	35
3.2.	Jenis dan Sumber Data	35
3.2.1.	Jenis Data	35
3.2.2.	Sumber Data	36
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3.1.	Populasi	37
3.3.2.	Sampel	37
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4.	Unit Analisis	39
3.5.	Definisi Variabel	39
3.5.1.	Operasional Variabel	40
3.6.	Teknik Analisis Data	41
3.6.1.	Uji Instrumen	42
3.6.1.1.	Uji Validitas	42
3.6.1.2.	Uji Reliabilitas	43
3.6.2.	Uji Hipotesis.....	44
3.6.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.2.2.	Uji F.....	45
3.6.2.3.	Uji t.....	46
3.6.3.4.	Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1.	Karakteristik Responden	49
4.1.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.1.3.	Analisis Statistik.....	58
4.1.3.1.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.1.3.2.	Uji F.....	60
4.1.3.3.	Uji t.....	61
4.1.3.4.	Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.1.3.5.	Analisis Faktor Dominan	63
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	64

4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.2.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..	65
4.2.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.2.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.5.	Citra Merek Mempunyai Pengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.3.	Temuan Penelitian	69
4.4.	Keterbatasan Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1.	Kesimpulan	70
5.2.	Saran	71
5.3.	Implikasi Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		77