

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
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	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Faktor-faktor Pengambilan Keputusan	11
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.2.1 Dimensi Citra Merek.....	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.3.1 Klasifikasi Produk.....	19
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.4 Harga.....	22
2.1.4.1 Dimensi Harga	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.4 Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34

2.4	Hipotesis Penelitian	34
2.5	Metode Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Desain Penelitian	36
3.2	Jenis dan Sumber Data	36
3.2.1	Jenis Data	36
3.2.2	Sumber Data	37
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	40
3.5	Definisi Operasional Variabel	40
3.5.1	Variabel Independen	40
3.5.1.1	Citra Merek	40
3.5.1.2	Kualitas Produk	41
3.5.1.3	Harga	43
3.5.2	Variabel Dependen	44
3.5.1.1	Keputusan Pembelian	44
3.6	Operasional Variabel	45
3.7	Teknik Analisis Data	48
3.7.1	Uji Validitas	48
3.7.2	Uji Reabilitas	48
3.7.3	Uji Hipotesis	49
3.7.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.7.3.2	Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Karakteristik Responden	53
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.1	Uji Validitas	58
4.2.2	Uji Reliabilitas	61
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	62
4.2.3.1	Uji Normalitas	62
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas	63
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	64
4.3	Uji Hipotesis	65
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.3.2	Uji F	67
4.3.3	Uji t	68
4.3.4	Koefisiensi Determinasi (R^2)	69
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70

4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.5	Pengaruh Harga paling dominan Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.5	Temuan Penelitian	74
4.6	Keterbatasan Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
5.2.1	Bagi Perusahaan	78
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	78
5.3	Implikasi Penelitian	79
5.3.1	Implikasi Teoritis	79
5.3.2	Implikasi Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA		81