

## DAFTAR ISI

<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>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR Gambar</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah dan pembatasan masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi masalah.....	5
1.2.2 Pembatasan masalah.....	5
1.3 Rumusan masalah.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	7
1.5 Manfaat penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Landasan teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Konsep pemasaran.....	9
2.1.1.3 Bauran pemasaran.....	10
2.1.2 Kualitas produk.....	10
2.1.2.1 Tingkatan produk.....	12
2.1.2.2 Klasifikasi produk.....	13
2.1.2.3 Dimensi kualitas produk.....	14
2.1.3 Harga.....	16
2.1.3.1 Metode penetapan harga.....	17
2.1.3.2 Peranan harga.....	18
2.1.3.3 Indikator harga.....	18
2.1.3.4 Dimensi harga.....	19
2.1.4 Citra merek.....	19
2.1.4.1 Faktor pembentuk citra merek.....	21

2.1.4.2	Dimensi citra merek.....	21
2.1.5	Intensitas pembelian.....	22
2.1.5.1	Aspek aspek intensi membeli.....	24
2.1.5.2	faktok faktor yang mempengaruhi intensi membeli.....	27
2.2	Hasil penelitian terdahulu.....	34
2.3	Hubungan antar variabel.....	38
2.3.1	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel citra merek.....	38
2.3.2	Pengaruh variabel harga Terhadap variabel kualitas produk.....	39
2.3.3	Pengaruh variabel harga Terhadap variabel citra merek.....	39
2.3.4	Pengaruh variabel citra merek Terhadap variabel intensitas pembelian.....	40
2.3	Hipotesis.....	40
2.4	model penelitian.....	41

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Dsain Riset.....	42
3.2	jenis dan sumber data.....	42
3.2.1	jenis data.....	42
3.2.2	Sumber data.....	43
3.3	populasi,Sampel dan Teknik pengambilan sampel.....	44
3.3.1	populasi.....	44
3.3.2	sampel.....	44
3.3.3	Teknik pengambilan sampel.....	45
3.4	Unit analisis.....	46
3.5	Definisi oprasional variabel.....	46
3.6	Teknik analisis data.....	50
3.6.1	Uji kualitas data.....	50
3.6.1.1	Analisis faktor sebagai uji validitas.....	50
3.6.1.2	Uji reliabilitas.....	51
3.6.2	Structural Equation Modelling ( <i>SEM</i> ).....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil penelitian.....	60
4.1.1	Karakteristik responden.....	60
4.1.1.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
4.1.1.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	62
4.1.1.4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	63
4.1.1.5	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	64
4.1.1.6	Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	65
4.1.2	Analisis factor dengan uji validitas.....	66
4.1.3	Uji reliabilitas.....	69
4.1.4	Analisis hasil penelitian dengan Sem.....	70
4.1.4.1	Hasil pengujian analisis faktor.....	71
4.1.4.2	Hasil pengujian reliabilitass konstruk.....	72

4.1.4.3 Analisis model structural.....	75
4.1.4.4 Analisis keseluruhan model.....	76
4.2 Pembahasan .....	82
4.2.1 Analisis hasil hipotesis 1.....	83
4.2.2 Analisis hasil hipotesis 2.....	84
4.2.3 Analisis hasil hipotesis 3.....	85
4.2.4 Analisis hasil hipotesis 4.....	86
4.3 Temuan penelitian.....	87
4.4 Batasan penelitian.....	87

## **BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI**

5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Saran untuk perusahaan.....	89
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya.....	90
5.3 Implikasi penelitian.....	91
5.3.1 Implikasi teoritis.....	91
5.3.2 Implikasi praktis.....	91

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
----------------------	------------

