

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	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.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Teoristis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5.2.1. Manfaat Bagi Penulis.....	6
1.5.2.2. Manfaat Bagi Perusahaan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.1.1. Citra Merek.....	7
2.1.2. Komponen Citra Merek.....	8
2.1.3. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	8
2.1.4. Dimensi Citra Merek.....	8
2.2. Kualitas Produk.....	9
2.2.1. Klasifikasi Produk.....	9
2.2.2. Sifat Produk.....	11
2.2.3. Dimensi Kualitas Produk.....	11
2.3. Harga.....	12
2.3.1. Penetapan Harga.....	12
2.3.3. Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.3.4. Dimensi Harga.....	14
2.4. Keputusan Pembelian.....	14
2.4.1. Proses Pengambilan Keputusan.....	14

2.4.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	18
2.6.	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.6.1.	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..	21
2.6.2.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.6.3.	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.6.4.	Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.7.	Hipotesis.....	22
2.8.	Model Penelitian.....	23
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1.	Desain Riset.....	24
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	24
3.2.1.	Jenis Data.....	24
3.2.2.	Sumber Data.....	24
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.3.1.	Populasi.....	25
3.3.2.	Sampel.....	25
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.4.	Unit Analisis.....	26
3.5.	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6.	Teknis Analisis Data.....	28
3.6.1.	Uji Validitas.....	28
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	29
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik Model Regresi Berganda.....	30
3.6.3.1.	Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	30
3.6.3.2.	Uji Asumsi Multikolinieritas.....	30
3.6.3.3.	Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	30
3.6.4.	Uji Hipotesis.....	30
3.6.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.6.4.2.	Uji Simultan (Uji F).....	31
3.6.4.3.	Uji Parsial (Uji t).....	31
3.6.4.4.	Koefisien Determinasi.....	32
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
4.1.	Deskriptif Data/Karakteristik Responden.....	33
4.1.2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	35
4.1.2.1.	Uji Validitas.....	35
4.1.2.2.	Uji Reliabilitas.....	37

4.2.1.	Variabel Citra Merek.....	37
4.2.2.	Variabel Kualitas Produk.....	37
4.2.3.	Variabel Harga.....	39
4.2.4.	Variabel Keputusan Pembelian.....	40
4.1.3.	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.1.3.1.	Uji Normalitas.....	41
4.1.3.2.	Uji Multikolinieritas.....	42
4.1.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.1.4.	Uji Hipotesis.....	43
4.1.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.1.4.2.	Uji F.....	44
4.1.4.3.	Uji t.....	45
4.1.4.4.	Koefisien Determinasi.....	46
4.1.4.5.	Analisis Faktor Dominan.....	46
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.2.	Pembahasan.....	48
4.2.1.	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.2.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.2.4.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.2.5.	Pengaruh Harga Sebagai faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.3.	Temuan Penelitian.....	51
4.4.	Keterbatasan Penelitian.....	51
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>52</b>
5.1.	Kesimpulan.....	52
5.2.	Saran.....	53
5.3.	Implikasi Penelitian.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1.	Top Brand Index Kopi dalam Kemasan Siap Minum di Indonesia Tahun 2015-2018.....	2
Tabel 1.2.	Produk kopi kemasan siap minum serta harga yang ada di Pasar.....	3
Tabel 2.1.	Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3.1.	Skala Likert.....	24
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Penelitian.....	27
Tabel 3.3.	Kriteria Penilaian Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin* Usia.....	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin* Pendidikan.....	33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir* Profesi.....	33
Tabel 4.4.	Uji Validitas.....	34
Tabel 4.5.	Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.6.	Citra Merek.....	37
Tabel 4.7.	Kualitas Produk.....	38
Tabel 4.8.	Harga.....	39
Tabel 4.9.	Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.10.	Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.11.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.12.	Hasil Uji F.....	44
Tabel 4.13.	Hasil Uji t.....	45
Tabel 4.14.	Koefisien Determinasi.....	46

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Citra Merek Kopiko 78C.....	3
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Kualitas Produk Kopiko 78C.....	4
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Harga Kopiko 78C.....	4
Gambar 2.1. Tahapan Proses Pembeli.....	7
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Normal (P) Plot Uji Normalitas.....	41
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	42

**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Pra Survey .....	56
Lampiran 2 Kuesioner .....	59
Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden .....	63
Lampiran 4 Tabulasi 150 Responden .....	65
Lampiran 5 Uji Validitas .....	72
Lampiran 6 Uji Reliabilitas .....	77
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik .....	78