

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Bagi Penulis	5
1.4.2. Bagi Pembaca.....	5
1.4.3. Bagi Perusahaan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.1.1. Harga	7
2.1.1.1. Definisi Harga	7
2.1.1.2. Dimensi Harga	8
2.1.1.3. Indikator Harga	9
2.1.1.4. Tujuan Penetapan Harga	10

2.1.2.	Citra Merek	11
2.1.2.1.	Definisi Citra Merek	11
2.1.2.2.	Indikator Citra Merek	12
2.1.2.3.	Dimensi Citra Merek.....	12
2.1.2.3.	Fungsi Merek dan Manfaat Merek.....	14
2.1.2.4.	Tujuan Merek.....	14
2.1.3.	Kualitas Layanan	15
2.1.3.1.	Pengertian Kualitas Layanan	15
2.1.3.2.	Dimensi Kualitas Layanan.....	16
2.1.3.3.	Prinsip – Prinsip Kualitas Layanan.....	17
2.1.4.	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.1.	Definisi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.4.3.	Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.4.4.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.2.	Penelitian Terdahulu	25
2.3.	Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan.....	29
2.3.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan	29
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan....	30
2.4.	Hipotesis	31
2.5.	Model Penelitian	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	33
3.1.	Desain Riset	33
3.2.	Jenis Dan Sumber Data.....	33
3.2.1.	Jenis Data	33
3.2.2.	Sumber Data.....	33
3.3.	Populasi Dan Sampel	34
3.3.1.	Populasi	34
3.3.2.	Sample.....	34
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	35

3.6.	Definisi Operasional	36
3.6.1.	Variabel Harga (X1)	36
3.6.2.	Variabel Citra Merek (X2).....	36
3.6.3.	Variabel Kualitas Layanan (X3)	36
3.6.4.	Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	37
3.7.	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1.	Uji Validitas	40
3.7.2.	Uji Reabilitas	41
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3.1.	Uji Normalitas.....	42
3.7.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	43
3.7.4.	Uji Hipotesis	44
3.7.4.1.	Analisis Regresi Berganda.....	44
3.7.4.2.	Uji Simultan (Uji F).....	45
3.7.4.3.	Uji Parsial (Uji t).....	45
3.7.4.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN	47
4.1.	Hasil Penelitian	47
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	47
4.1.2.	Deskripsi Variabel Harga (X ₁).....	50
4.1.3.	Deskripsi Variabel Citra Merek (X ₂)	50
4.1.4.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X ₃).....	51
4.1.5.	Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	52
4.2.	Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	53
4.2.1.	Uji Validitas	53
4.2.2.	Uji Reliabilitas	55
4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.1.	Uji Normalitas.....	56
4.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	56
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	58

4.4.1. Uji t	59
4.4.2. Uji F	60
4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB V PEMBAHASAN	63
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.1.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
5.1.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
5.1.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian....	64
5.1.4. Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.2. Temuan Penelitian	65
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran	69
6.3. Implikasi Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76

