

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Peroses Pembelian Konsumen.....	15
2.3.1 Stuktur Keputusan Pembelian.....	17
2.4.1 Peran Individu dalam Mengambil Keputusan Pembelian.....	19
2.5.1 Faktor – faktor dalam Mengambil Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Pengertian Brand Image.....	23
2.2.1 Komponen Brand Image.....	24
2.2.2 Pengukuran Citra Merek.....	25
2.2.3 Dimensi Citra Merek (Brand Image).....	25

2.2.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	26
2.3 Pengertian Kualitas Produk.....	27
2.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	28
2.4 Harga.....	31
3.1.1 Tujuan Penetapan Harga.....	33
3.2.1 Indikator Harga.....	35
2.5 Penelitian Terdahulu.....	35
2.6 Hipotesis Penelitian.....	39
2.7 Model Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Desain Riset.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.1 Jenis Data.....	41
3.2.2 Sumber Data.....	42
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.4 Unit Analisis Data.....	46
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.1 Variabel Independen (X).....	47
3.3.2 Variabel Dependen (Y).....	48
3.6 Operasional Variabel.....	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.3.1 Uji Validitas.....	51
3.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.7 Uji Persyaratan Analisis Data.....	53
3.2.1 Uji Normalitas.....	54
3.2.2 Uji Multikolinieritas.....	54
3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55

3.3.3 Uji Autokorelasi.....	56
3.8 Uji Hipotesis.....	57
3.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.2.2 Uji F.....	58
3.3.1 Uji t.....	59
3.4.1 Uji koefisien determinasi (R ²).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden.....	61
4.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	65
4.2.1 Uji Validitas.....	65
4.2.2 Uji Reabilitas.....	68
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data.....	69
4.1.2 Uji Normalitas.....	69
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.2.4 Uji Autokorelasi.....	72
4.4 Analisis Data.....	73
4.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.1.2 Uji F.....	74
4.1.3 Uji t.....	75
4.5 Koefisien Determinasi.....	77
BAB V PEMBAHASAN.....	79
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
5.1.1 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
5.2.1 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
5.3.1 Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 81	81
5.4.1 Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
5.2 Temuan Penelitian.....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB VI PENUTUP.....	84

6.1 Kesimpulan.....	84
6.2 Saran.....	85
6.3 Implikasi Penelitian.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87