

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
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	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	9
2.2.4 Proses Keputusan Pembelian	9
2.3 Harga.....	9
2.3.1 Pengertian Harga	9
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	10
2.3.3 Indikator Harga	10
2.3.4 Strategi Penetapan Harga	11
2.4 Kualitas Produk.....	11
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.4.2 Indikator Kualitas Produk	12
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.4.4 Dimensi Kualitas Produk	12
2.5 Citra Merek	13
2.5.1 Pengertian Citra Merek	13

2.5.2 Indikator Citra Merek.....	13
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	13
2.6 Penelitian Terdahulu	14
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	16
2.7.1 Hubungan Harga X1 dengan Keputusan Pembelian (γ).....	16
2.7.2 Hubungan Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (γ)	17
2.7.3 Hubungan Citra Merek (X3) dengan Keputusan Pembelian (γ).....	18
2.7.4 Hubungan Harga X1 , Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3).....	18
Keputusan Pembelian (γ).....	18
2.8 Hipotesis Penelitian.....	19
2.7 Kerangka Konseptual.....	20

BAB III METODE PENELITIAN.....21

3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Data dan Jenis Data.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Teknik Pengolah Data.....	23
3.7 Definsi Operasional Variabel.....	23
3.9 Analisis Deskriptif Statistik	25
4.0 Uji Asumsi Klasik.....	25
4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	26
4.2 Uji Hipotesis.....	27

BAB IV HASIL PENELITIAN29

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2 Karakteristik Responden	29
4.2.1 Jenis Kelamin.....	30
4.2.2 Usia	31
4.2.3 Pendidikan Terakhir	31
4.2.4 Pekerjaan.....	32
4.2.5 Penghasilan	33
4.3 Uji Instrumen Penelitian	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.4.2 Uji Reliabilitas	36
4.5 Analisis Deskriptif Statistik	37

4.5.1 Pengukuran Indeks Variabel Harga (X_1)	38
4.5.2 Pengukuran Indeks Variabel Kualitas Produk (X_2)	39
4.5.3 Pengukuran Indeks Variabel Citra Merek (X_3)	41
4.5.4 Pengukuran Indeks Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
4.6 Uji Asumsi Klasik	43
4.6.1 Uji Normalitas	43
4.6.2 Uji Multikolinieritas	44
4.6.3 Uji Heteroskedestisitas	45
4.6.4 Uji Autokorelasi	46
4.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.8 Uji Hipotesis	48
4.8.1 Uji t	48
4.8.2 Uji F (uji bersama)	50
BAB V PEMBAHASAN	51
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	51
5.1.1 Analisis Harga X_1 Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk UMKM Dodol Tenjo	51
5.1.2 Analisis Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk UMKM Dodol Tenjo	51
5.1.3 Analisis Citra Merek (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk UMKM Dodol Tenjo	52
5.1.4 Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	52
5.1.5 Temuan Penelitian	52
5.1.6 Keterbatasan Penelitian	53
BAB VI PENUTUP	54
6.1 Kesimpulan	54
6.2 Saran	54
6.3 Implikasi Penelitian	55
6.3.1 Implikasi Teoritis	55
6.3.2 Implikasi Praktis	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60