

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Definisi Kualitas Produk	8
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	8
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	10
2.2 Definisi Iklan	11
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Iklan.....	12
2.2.2 Dimensi Iklan.....	12
2.3 Definisi Citra Merek	13
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	14
2.3.2 Dimensi Cita Merek.....	14
2.4 Definisi Keputusan Pembelian.....	15
2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Tahap Keputusan Pembelian.....	17
2.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Hubungan Antar Variabel	25
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	25
2.6.2 Pengaruh Iklan (X_2) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	25
2.6.3 Pengaruh Citra Merek (X_3) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	26
2.7 Model Penelitian	26

2.8 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Riset	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.1 Jenis Data	28
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4 Unit Analisis	30
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Uji Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.1 Normalitas.....	34
3.7.2 Uji Multikolinearitas	35
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.4 Autokorelasi.....	35
3.8 Uji Hipotesis	37
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.8.2 Uji F	37
3.8.3 Uji t	38
3.8.4 Koefisien Determinan (R^2)	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Karakteristik Responden	40
4.2 Uji Validitas	44
4.3 Uji Reliabilitas	46
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1 Normalitas.....	47
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.4.3 Heteroskedastisitas.....	49
4.4.4 Autokorelasi.....	50
4.5 Analisis Deskriptif Penelitian	50
4.5.1 Variabel Persepsi Kualitas Produk.....	52
4.5.2 Variabel Persepsi Iklan	53
4.5.3 Variabel Persepsi Citra Merek	54
4.5.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.6 Analisis Data.....	57
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.6.2 Uji F	58

4.6.3 Uji t	58
4.6.4 Koefisien Determinan (R^2).....	59
BAB V PEMBAHASAN.....	61
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	61
5.1.1 Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Iklan (X_2) dan Citra Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
5.1.3 Pengaruh Iklan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
5.1.4 Pengaruh Citra Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
5.1.5 Pengaruh Kualitas Produk merupakan variabel dominan terhadap Keputusan Pembelian	63
5.2 Temuan Penelitian	64
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB VI PENUTUP.....	65
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Saran.....	66
6.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	66
6.3 Impikasi Penelitian	66
DAFTAR REFERENSI.....	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Minuman Bersoda	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Instrumen Skala <i>Likert</i> dalam Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Data Penduduk Jakarta Barat.....	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel	31
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.7 Interpretasi Nilai Indeks	51
Tabel 4.8 Indeks Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.9 Indeks Iklan	53
Tabel 4.10 Indeks Persepsi Citra Merek.....	54
Tabel 4.11 Indeks Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.13 Hasil Uji F terhadap Variabel <i>Dependent</i> (Y).....	58
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survei Kualitas Produk pada Coca-cola.....	3
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Iklan pada Coca-cola	4
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Citra Merek pada Coca-cola	4
Gambar 1.4 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian pada Coca-cola	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan	43
Gambar 4.5 Responden Frekuensi Pembelian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra-Survey	72
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 3	Tabulasi Karakteristik 100 Responden	79
Lampiran 4	Tabulasi Data 100 Responden.....	80
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas.....	97
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	104
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas	105
Lampiran 8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
Lampiran 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	109
Lampiran 10	Hasil Uji Autokorelasi	110
Lampiran 11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	111