

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
TABEL RUMUS .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Perumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Keputusan Pembelian .....	9
2.2.1 Tahap – tahap proses keputusan pembelian .....	9
2.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	10
2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
2.3 Kualitas Produk.....	15
2.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	15
2.3.2 Faktor -faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	16
2.4 Harga .....	18
2.4.1 Strategi Penetapan Harga .....	18
2.4.2 Metode Penetapan Harga.....	19

2.4.3 Dimensi Harga .....	20
2.4.4 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	20
2.5 Citra Merek .....	21
2.5.1 Dimensi Citra Merek.....	22
2.5.2 Faktor-faktor Pendukung Terbentuknya Citra Merek .....	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek .....	27
2.7.2 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek .....	28
2.7.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.7.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.7.5 Pengaruh citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.7.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	29
2.7.7 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	29
2.8 Hipotesis.....	30
2.9 Model Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Riset.....	31
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.2.1 Jenis Data.....	31
3.2.2 Sumber Data.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5.1 Variabel Independen .....	34
3.5.2 Variabel Intervening.....	34
3.5.3 Variabel Dependen .....	35
3.6 Teknik Analisis Data .....	37
3.6.1 Uji Validitas .....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	39

3.6.3.1 Uji Normalitas.....	39
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	39
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6.3 Analisis Jalur (Analysis Path).....	40
3.6.4.1 Uji F (simultan).....	42
3.6.4.2 Uji t (parsial).....	43
3.6.4 Koefisien Determinasi (R2) .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Karakteristik responden.....	44
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2.1 Uji Validitas .....	46
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	48
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian .....	49
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.1 Uji Normalitas .....	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	55
4.4.3 Heteroskedastisitas .....	56
4.5 Analisis jalur .....	57
4.5.1 Analisis Jalur Tahap I .....	57
4.5.1.1 Hasil Uji F .....	58
4.5.1.2 Hasil Uji t.....	58
4.5.1.3 Koefisien Determinasi Tahap I .....	59
4.6.1 Analisis Jalur Tahap II .....	60
4.6.1.1 Hasil Uji F .....	60
4.6.1.2 Hasil Uji t .....	61
4.6.1.3 Koefisien Determinasi Tahap II .....	62
4.6.2 Analisis Jalur Tahap III .....	63
4.6.2.1 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Antara Variabel Pada Analisis Jalur Gabungan .....	64
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
5.1.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Citra Merek (Z) .....	66
5.1.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Citra Merek (Z) .....	66
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	67
5.1.4 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	67
5.1.5 Pengaruh Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	68
5.1.6 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z) .....	69

5.1.7 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z) .....	69
5.2 Temuan Penelitian .....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	70
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
6.1 Kesimpulan .....	71
6.2 Saran .....	72
6.2.1 Bagi Perusahaan .....	72
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	72
6.3 Implikasi Penelitian .....	72
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>