

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	8
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	11

2.1.1. Perilaku Konsumen .....	11
2.1.1.1. Klasifikasi Konsumen .....	12
2.1.1.2. Model Perilaku Konsumen .....	12
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	14
2.1.2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	16
2.1.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
2.1.3. Merek .....	21
2.1.3.1. Peran Merek .....	22
2.1.3.2. Tujuan Pemberian Merek .....	22
2.1.4. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	23
2.1.4.1. Dimensi Citra Merek .....	23
2.1.4.2. Cara Membangun Merek yang Kuat .....	25
2.1.5. Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	26
2.1.5.1. Indikator Kepercayaan Merek .....	27
2.1.6. Harga .....	28
2.1.6.1. Peranan Harga .....	29
2.1.6.2. Indikator Harga .....	30
2.1.6.3. Metode Penetapan Harga .....	32
2.1.6.4. Tujuan Penetapan Harga .....	33
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	35
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	39
2.4. Hipotesis .....	41
2.5. Model Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1. Desain Riset .....	43
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	43

3.2.1. Jenis Data .....	43
3.2.2. Sumber Data .....	44
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.3.1. Populasi .....	45
3.3.2. Sampel .....	46
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	47
3.4. Unit Analisis .....	48
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	48
3.6. Teknik Analisis Data .....	50
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.6.1.1. Uji Validitas .....	51
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	52
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	53
3.6.2.1. Uji Normalitas Data .....	53
3.6.2.2. Uji Multikolonieritas .....	54
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	55
3.6.3. Analisis Regresi Berganda .....	56
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	57
3.6.3.1. Uji F .....	57
3.6.3.2. Uji t (Uji Parsial) .....	57
3.6.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	59
4.1.1. Deskriptif Data / Karakteristik Responden .....	59
4.1.2. Uji Validitas .....	64
4.1.3. Uji Reliabilitas .....	66

4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	67
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas Data .....	67
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolonieritas Data .....	68
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data .....	69
4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
4.1.6. Pengujian Hipotesis .....	72
4.1.6.1. Uji F .....	72
4.1.6.2. Uji t .....	73
4.1.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
4.3. Temuan Penelitian .....	82
4.4. Keterbatasan Penelitian .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	86
5.3. Implikasi Penelitian .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.2.	Top Brand Indeks Kategori Pasta gigi 2013-2016.....	3
1.4.	Daftar Range Harga Kategori Pasta gigi 2016.....	6
2.1.	Hasil Penelitian Sebelumnya .....	35
3.1.	Instrument Skala Likert Dalam Penelitian.....	44
3.2.	Operasional Variabel .....	50
3.3.	<i>Cronbach Alpha</i> .....	52
4.1.	Hasil Uji Validitas .....	65
4.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	67
4.3.	Hasil Uji Multikolonieritas Data .....	69
4.4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	71
4.5.	Hasil Uji F (Pengujian secara simultan) .....	72
4.6.	Hasil Uji t (Pengujian secara parsial) .....	73
4.7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	<i>Brand Value</i> (Nilai Merek) Kategori Pasta gigi 2014-2016 .....	2
1.2.	Pra Survei Kepercayaan Merek .....	5
1.3.	Pra survei Penjualan Perbulan Pasta gigi .....	6
2.1.	Model Perilaku Konsumen .....	14
2.2.	Proses Keputusan Pembelian .....	16
2.3.	Mendapatkan dan Mempertahankan Kepercayaan Merek .....	26
2.4.	Model Penelitian .....	42
4.1.	Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.	Responden berdasarkan Usia .....	60
4.3.	Responden berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.4.	Responden berdasarkan Berdasarkan ukuran dalam setiap pembelian Pasta gigi Ciptadent .....	62
4.5.	Responden berdasarkan berapa kali membeli Pasta gigi Ciptadent dalam sebulan .....	63
4.6.	Responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	64
4.7.	Hasil Uji Normalitas Data Secara Grafik .....	68
4.8.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Data .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Nama Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1.	Surat Permohonan Pengisian Kuesioner .....	92
2.	Data Pra Survei .....	97
3.	Data Karakteristik Responden .....	99
4.	Tabulasi Data Pre-Test 30 (tiga puluh) Responden .....	101
5.	Tabulasi Data 100 (seratus) Responden.....	102
6.	Hasil Uji Validitas Pre-Test 30 Responden .....	107
7.	Hasil Uji Reliabilitas .....	111
8.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	119
9.	Hasil Uji Regresi .....	122