

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Teori Perilaku Konsumen	11
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Harga Produk.....	14
2.2.3 Kualitas Produk	16
2.2.4 Citra Merek	17
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Berpikir	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	30

3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Kuesioner	32
3.4.2 Studi Pustaka	33
3.5 Definisi Operasional	33
3.5.1 Keputusan Pembelian.....	34
3.5.2 Harga.....	35
3.5.3 Kualitas Produk	36
3.5.4 Citra Merek.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.7 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.1 Uji Validitas.....	40
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.9 Uji Asumsi Klasik	41
3.9.1 Uji Normalitas	41
3.9.2 Uji Multikolinearitas	41
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.10 Uji Hipotesis.....	42
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.10.2 Uji F (Anova)	42
3.10.3 Uji T (Parsial)	43
BAB IV	44
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	44
4.1 Hasil Analisis Data.....	44
4.1.1 Karakteristik Responden.....	44
4.1.2 Analisis Deskriptif	47

fa4.1.2.1 Variabel Harga.....	48
4.1.2.2 Variabel Kualitas Produk.....	49
4.1.2.3 Variabel Citra Merek	50
4.1.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	51
4.1.3 Hasil Uji Validitas.....	52
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.5.1 Uji Normalitas	56
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas	57
4.1.5.3 Uji Heterokedastisitas	58
4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	60
4.1.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.1.7.2 Uji F	61
4.1.7.3 Uji T (Uji Parsial).....	62
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	63
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	65
4.3 Implikasi	66
4.3.1 Implikasi Teoritis	66
4.3.2 Implikasi Praktis.....	66
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
DAFTAR LAMPIRAN	76