

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KETERSEDIAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAL CIPTA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Manfaat Akademis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Promosi.....	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.3 Citra Merek	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian	28
2.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28

2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Definisi Operasional.....	33
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.7 Uji Statistik Deskriptif.....	36
3.8 Uji Instrumen Data	37
3.8.1 Uji Validitas.....	37
3.8.2 Uji Reabilitas	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.1 Uji Normalitas.....	38
3.9.2 Uji Multikolineritas.....	38
3.9.3 Uji Heteroskedestisitas	39
3.10 Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda.....	39
3.11 Uji Hipotesis.....	40
3.11.1 Uji Koefisien Determinan.....	40
3.11.2 Uji Signifikasi Anova (Uji Statistik F)	40
3.11.3 Uji Secara Parsial (Uji t).....	41
BAB IV	43
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	44
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan	45
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	45
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	46

4.2.1 Variabel Promosi.....	46
4.2.2 Variabel Kualitas Produk	47
4.2.3 Variabel Citra Merek.....	48
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	48
4.3 Hasil dan Analisis Penelitian	49
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	49
4.3.2 Uji Reabilitas Variabel	50
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Uji Multikolonieritas	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.5 Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda	55
4.6.1 Uji Hipotesis Koefisien Determinan	56
4.6.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
BAB V	66
KESIMPULAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Bagi Penelitian selanjutnya	67
5.2.2 Bagi perusahaan	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69