

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Manfaat Penelitian.....	8
1.1.1 Manfaat Akademis.....	8
1.1.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Produk .....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14

2.3 Kerangka Konseptual .....	19
2.4 Hipotesis dan Hubungan antar Variabel.....	21
2.4.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2 Kualitas Produk berpengaruh terhadap Citra Merek .....	22
2.4.3 Brand Image berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.4.4 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i> .....	22
<b>BAB III .....</b>	<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Objek Penelitian .....	25
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6 Definisi Operasional.....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.8 Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	29
3.8.1 Uji Validitas .....	30
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.9 Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	32
3.10 Pengujian Hipotesis .....	33
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden .....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	34
4.2.1 Usia .....	35
4.2.2 Jenis Kelamin .....	36
4.2.3 Domisili.....	36

4.2.4 Pekerjaan .....	37
4.2.5 Penghasilan.....	38
4.3 Analisis Deskriptif Variabel .....	38
4.3.1 Variabel Kualitas Produk.....	39
4.3.2 Variabel Brand Image.....	40
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	40
4.4 Analisis Inferensial .....	41
4.4.1 Analisis <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	41
4.4.2 Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	46
4.5 Uji Hipotesis .....	48
4.5 Pembahasan .....	50
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.5.2 Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap <i>Brand Image</i> (Z) .....	50
4.5.3 <i>Brand Image</i> (Z) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	51
4.5.4 Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui <i>Brand Image</i> (Z).....	51
4.6 Implikasi .....	52
4.6.1 Implikasi Teoritis.....	52
4.6.2 Implikasi Praktis.....	53
BAB V.....	54
PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN - LAMPIRAN .....	61