

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPISI	3
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	4
PERNYATAAN ORISINALITAS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRACT	8
ABSTRAK.....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kajian Teori	21
2.1.1 Persepsi Harga.....	21
2.1.2 Citra Merek	22
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Model Penelitian.....	28
2.3.2 Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	33

3.5.1 Variabel Penelitian	33
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.1 Uji Normalitas	37
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7.3 Uji Multikolinearitas.....	38
3.8 Uji Hipotesis	39
3.8.1 Uji Koefisien Determinasi	39
3.8.2 Uji Parsial (Uji t).....	39
3.8.3 Uji Simultan (Uji F).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Analisis Data	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden	41
4.2 Analisis Deskriptif	44
4.2.1 Hasil Analisis Persepsi Harga.....	44
4.2.2 Hasil Analisis Citra Merek	45
4.2.3 Hasil Analisis Keputusan Pembelian.....	45
4.3 Uji Validitas	46
4.3.1 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	46
4.3.2 Hasil Uji Validitas Citra Merek	47
4.3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	48
4.4 Uji Reliabilitas.....	48
4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga	48
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	49
4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	49
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	51
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	51

4.7 Uji Hipotesis	52
4.7.1 Uji koefisien Determinasi.....	52
4.7.2 Uji Parsial (Uji t).....	53
4.7.3 Uji Simultan (Uji F)	53
4.8 Pembahasan	54
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1. Kesimpulan.....	56
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	61

