

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Teori .....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	7
2.1.2 Kualitas Produk .....	9
2.1.3 Promosi.....	12
2.1.4 Citra Merek.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Objek Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23

3.3.1 Populasi Penelitian .....	23
3.3.2 Sampel Penelitian .....	24
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	25
3.4.1 Definisi Variabel.....	25
3.4.2 Operasionalisasi Variabel .....	26
3.5 Skala Pengukuran Variabel .....	29
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6.1 Data Primer.....	30
3.6.2 Data Sekunder.....	31
3.7 Metode Analisis Data.....	31
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.7.2 Uji Instrumen.....	31
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.4 Uji Kesesuaian Modal.....	33
3.7.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.7.6 Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Analisis Deskriptif .....	36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 Karakteristik Profil Responden.....	37
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	39
4.3 Hasil Uji Kualitas Data .....	42
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	42
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	45
4.4.2 Hasil Uji Multikolonieritas .....	46
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.5 Hasil Uji Kesesuaian Modal .....	47
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
4.5.2 Hasil Uji <i>F Analysis of Varian</i> ( ANOVA ).....	47
4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	49
4.7.1 Hasil Uji Parsial ( Uji Statistik t).....	49
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	51

4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Gaga.....	51
4.8.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Gaga. 52	
4.8.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Gaga. 52	
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1 Simpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	55
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

