

## DAFTAR ISI

PESETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	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.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II .....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Manajemen.Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.4 Harga .....	15
2.1.5 Promosi.....	17
2.1.6 Citra Merek.....	19
2.1.7 Kualitas Produk .....	21
2.2 Hipotesis Penelitian .....	24
2.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	27

2.3	Gambar Model Penelitian.....	28
2.4	Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III .....		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian .....	32
3.2	Objek Penelitian .....	33
3.3	Populasi.dan.Sampel .....	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5	DefinisiOperasional Variabel.....	37
3.6	Teknik Analisis Data .....	41
3.7	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.8	Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
3.8.1	Uji Validitas .....	43
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.9.1	Uji Normalitas.....	45
3.9.2	Uji multikolinearitas.....	45
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.10	Uji Hipotesis.....	46
3.10.1	Koefisien Determinasi.....	47
3.10.2	Uji F .....	47
3.10.3	Uji T .....	47
BAB IV .....		49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.2	Karakteristik Responden .....	49
4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	54
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	59
4.4.1	Uji Validitas .....	59
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	62
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	63
4.5.1	Uji Normalitas.....	63

4.5.2	Uji multikolinieritas.....	64
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.6	Uji Hipotesis .....	66
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi .....	66
4.6.2	Uji F.....	67
4.6.3	Uji T.....	67
4.7	Pembahasan .....	69
4.7.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.7.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.8	Implikasi .....	75
4.8.1	Implikasi Teoritis.....	75
4.8.2	Implikasi Praktis .....	76
BAB V	.....	77
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	77
5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	77
5.2.1	Bagi Perusahaan .....	77
5.2.2	Bagii Peneliti Selanjutnya .....	79
DAFTAR PUSTAKA	.....	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	.....	89