

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</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 GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusah Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Citra Merek.....	10
2.1.3 Harga.....	12
2.1.4 Kualitas Produk.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22

2.3	Kerangka Penelitian .....	23
2.4	Hipotesis Penelitian .....	24
2.4.1	<b>Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	25
2.4.2	<b>Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	25
2.4.3	<b>Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	26
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Objek Penelitian .....	27
3.3	Populasi dan Sampel .....	28
3.3.1	<b>Populasi</b> .....	28
3.3.2	<b>Sampel</b> .....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5	Definisi Operasional.....	30
3.5.1	<b>Keputusan Pembelian</b> .....	30
3.5.2	<b>Citra Merek</b> .....	33
3.5.3	<b>Harga</b> .....	35
3.5.4	<b>Kualitas Produk</b> .....	36
3.6	Teknik Analisis Data .....	38
3.7	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.8.1	<b>Uji Validitas</b> .....	39
3.8.2	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	39
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.9.1	<b>Uji Normalitas</b> .....	40
3.9.2	<b>Uji Multikolinearitas</b> .....	40
3.9.3	<b>Uji Heteroskedastisitas</b> .....	41
3.9.4	<b>Analisis Regresi Linear Berganda</b> .....	41
3.10	Uji Hipotesis.....	42
3.10.1	<b>Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b> .....	42
3.10.2	<b>Uji F (Anova)</b> .....	42
3.10.3	<b>Uji T (Parsial)</b> .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>

4.1 Hasil Analisis Data .....	44
<b>4.1.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>44</b>
4.1.2 Statistik Deskriptif .....	49
<b>4.1.3 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>53</b>
<b>4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1.7 Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>58</b>
4.2 Pembahasan .....	61
<b>4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>61</b>
<b>4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>63</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>65</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>