

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	9
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Kualitas Produk	13
2.1.5 Citra Merek.....	14
2.1.6 Promosi.....	16
2.1.7 Harga	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	21

2.2.1	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.2.2	Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian ..	25
2.2.3	Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4	Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	29
2.3	Penelitian Terdahulu	30
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.3	Teknik Sampling	34
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.6.1	Variabel Penelitian	36
3.6.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.7	Metode Analisis Data	39
3.7.1	Analisis Data Kualitatif.....	39
3.7.2	Analisis Data Kuantitatif.....	39
3.7.2.1	Uji Validitas	40
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	40
3.7.2.3	Analisis Regresi	41
3.7.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.2.5	Uji Multikolonieritas.....	42
3.7.2.6	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7.2.7	Uji Normalitas.....	43
3.7.3	Uji Hipotesis	44
3.7.3.1	UJI t.....	44
3.7.3.2	Koefisien Determinasi.....	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Responden	45

4.1.1 Jenis Kelamin Responden	45
4.1.2 Umur Responden	46
4.1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	47
4.1.4 Responden Menurut Pekerjaan.....	48
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	49
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Citra Merek	50
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Promosi.....	51
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Harga	52
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	53
4.2.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	54
4.2.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen	56
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3.1 Uji Normalitas	57
4.2.3.2 Pengujian Multikolinieritas	58
4.2.3.3 Pengujian Heteroskedastisitas	59
4.2.4 Analisa Regresi Linier Berganda	60
4.2.5 Pengujian Model.....	61
4.2.6 Koefisien Determinasi (R).....	61
4.2.7 Pengujian Hipotesis (pengujian secara parsial).....	62
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..	65
4.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67

BAB V	PENUTUP	68
	5.1 Kesimpulan.....	68
	5.2 Saran-Saran	69
	5.3 Keterbatasan Penelitian	74
	5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN