

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 Merek	22
2.1.4 Harga.....	26
2.1.5 Kualitas Produk.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
2.4.1 Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	38
2.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	40
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1 Variabel Penelitian	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel	44

3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	45
3.2.3	Teknik Sampling	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1	Data Primer	47
3.3.2	Data Sekunder	47
3.4	Metode Pengumpulan Data	48
3.5	Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1	Deskripsi Umum Perusahaan	61
4.1.2	Deskripsi Umum Identitas Responden	62
4.2	Analisis Data	64
4.2.1	Uji Instrumen	64
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif	66
4.2.3	Asumsi SEM	68
4.2.4	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	77
4.2.5	Analisis <i>Full Structural Equation Model (SEM)</i>	85
4.2.6	Pengujian Hipotesis	87
4.3	Interpretasi Hasil	88
4.3.1	Hubungan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	88
4.3.2	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	89
4.3.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	91
BAB V PENUTUP		93
5.1	Simpulan	93
5.2	Kesimpulan Masalah	93
5.3	Implikasi Teoritis	94
5.4	Implikasi Manajerial	95
5.5	Keterbatasan	96
5.6	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		104