

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 Persepsi Harga.....	19
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Promosi	23
2.1.5 Citra Merek	25
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Citra Merek	35
2.2.2 Pengaruh kualitas produk terhadap citra merek.....	36
2.2.3 Pengaruh promosi terhadap citra merek.....	38
2.2.4 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	39
2.3 Model Penelitian.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional.....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Polulasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1 Analisis Kuantitatif	48
3.5.2 Metode Analisis Data	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Umum Perusahaan.....	53
4.1.2 Deskripsi Umum Identitas Responden.....	54
4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.2 Asumsi SEM.....	58
4.2.1 Uji Normalitas.....	59
4.2.2 Uji Multikolinearitas	59
4.2.3 Uji Nilai Residual.....	60
4.2.4 Uji Validitas.....	62
4.2.5 Uji Reliabilitas	63
4.3 Analisis Structural Equation Model (SEM)	64
4.3.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	64
4.3.2 Analisis Full Structural Equation Model (SEM).....	69
4.3.3 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	71
4.4 Pengujian Hipotesis	73
4.5 Pembahasan Uji Hipotesis.....	74
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Citra Merek	74

4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	75
4.5.3	Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek	76
4.5.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V	PENUTUP	78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Implikasi Teoritis.....	79
5.3	Implikasi Manajerial.....	80
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	83
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89

