

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
A. Pengertian Pemasaran .....	8
B. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. Citra Merek .....	11
A. Pengertian Citra.....	11
B. Pengertian Merek .....	11
C. Pengertian Citra Merek .....	13

D. Dimensi dan Indikator Citra Merek .....	14
2.1.3 Harga .....	15
A. Pengertian Harga .....	15
B. Metode Penetapan Harga.....	16
C. Tujuan Penetapan Harga .....	17
D. Dimensi dan Indikator Harga .....	18
2.1.4. Kualitas Layanan.....	19
A. Pengertian Kualitas.....	19
B. Pengertian Pelayanan .....	20
C. Pengertian Kualitas Layanan.....	21
D. Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan .....	22
2.1.5. Keputusan Penggunaan .....	23
A. Pengertian Keputusan Penggunaan .....	23
B. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Penggunaan .....	24
C. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan.....	25
D. Proses Pengambilan Keputusan.....	31
E. Indikator Keputusan Penggunaan.....	32
2.2. Rerangka Pemikiran.....	37
2.3.Hipotesis .....	37
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1.Waktu Dan Tempat Penelitian .....	38
3.2. Desain Penelitian .....	38
3.3.Definisi Dan Operasional Variabel.....	38

3.3.1. Definisi Variabel .....	38
3.3.2. Operasional Variabel.....	39
3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	42
3.4.1. Populasi Penelitian .....	42
3.4.2. Sampel Penelitian.....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6. Metode Analisis Data.....	45
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	46
3.6.2. Tehnik Uji Validitas.....	46
3.6.3. Uji Reliabilitas.....	47
3.6.4. Uji Asumsi Klasik .....	48
A. Uji Normalitas .....	48
B. Uji Multikolonieritas .....	49
C. Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.6.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.6.6. Uji Hipotesis.....	51
A. Uji Koefisien Determinasi(Adjusted R <sup>2</sup> ).....	51
B. Uji Signifikansi Kesesuaian Model (Uji F).....	52
C. Uji Signifikansi Parsial(Uji t).....	52

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.4.1. Nama Perusahaan .....	54
4.4.2. Gambran Umum.....	54

4.2. Karakteristik Responden.....	56
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan yang Diselesaikan.....	57
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan.....	57
4.3 Hasil Uji Deskriptif.....	59
4.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	61
4.4.1. Hasil Uji Validitas.....	61
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	66
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	71
4.7.1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Kolerasi.....	71
4.7.2. Hasil Uji Statistik F.....	72
4.7.3. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	72
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.8.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan.....	74
4.8.2. Pengaruh Harga Terhadap keputusan Penggunaan.....	74

4.8.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap keputusan Penggunaan 75

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	76
5.1.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan.....	76
5.1.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan .....	76
5.1.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	77
5.2. Saran .....	77
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	77
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
<b>LAMPIRAN</b> .....	82

