

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	9
1.2.1. Identifikasi Masalah	9
1.2.2. Perumusan Masalah	10
1.2.3. Batasan Masalah	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1. Maksud Penelitian	11
1.3.2. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Penelitian	12
1.4.2. Kegunaan Penelitian	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1. Manajemen Pemasaran	14
2.1.2. Strategi Pemasaran	15
2.1.3. Perilaku Konsumen	16
2.1.4. Bauran Pemasaran	17
2.1.5. Harga	18
2.1.6. Kualitas Produk	23
2.1.7. Citra Merek	25
2.1.8. Minat Beli	27
2.1.9. Keputusan Pembelian	29
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Pengaruh Antar Variabel	34
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	34
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	35
2.3.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	36
2.3.4. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.6. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.4. Kerangka Pemikiran	39

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Desain Penelitian	42
3.2. Variabel Penelitian	42
3.2.1. Definisi Konseptual	43
3.2.2. Definisi Operasional	44
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3.1. Populasi	46
3.3.2. Sampel	46
3.4. Metode Pengumpulan Data	46
3.5. Metode Analisis Data	47
3.5.1. Uji Statistik Deskriptif	49
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.3. Tahapan Prosedur SEM	50
3.5.4. Uji Korelasi Antar Dimensi	53
3.5.5. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Deskripsi Perusahaan	55
4.1.1. Sejarah Perusahaan	55
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha	56
4.1.3. Sumber Daya	56
4.1.4. Tantangan Bisnis	56
4.1.5. Proses Kegiatan Fungsi Bisnis	57

4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Karakteristik Responden	58
4.2.2. Statistik Deskriptif	59
4.2.3. Uji Validitas	60
4.2.4. Uji Reliabilitas	62
4.2.5. Uji Kecocokan Model Struktural	63
4.2.6. Analisis Pengaruh Variabel Penelitian	65
4.2.7. Analisis Korelasi Antar Dimensi	67
4.3. Pembahasan	69
4.3.1. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	69
4.3.2. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	70
4.3.3. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	71
4.3.4. Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
4.3.5. Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	73
4.3.6. Analisis Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	175