

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan & Kontribusi Penelitian.....	7
C.1 Tujuan Penelitian.....	7
C.2 Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR, HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka.....	9
A.1 Manajemen Pemasaran.....	9
a. Business to Business (B2B) Marketing.....	10
b. Perilaku Konsumen.....	11
A.2 Keputusan Pembelian.....	12

a.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
b.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
c.	Indikator Keputusan Pembelian.....	17
A.3	Citra Merek	18
a.	Definisi Merek	18
b.	Definisi Citra Merek	19
c.	Faktor Pembentuk Citra Merek	20
d.	Dimensi Citra Merek.....	21
e.	Indikator Citra Merek.....	22
A.4	Kualitas Produk.....	23
a.	Definisi Produk.....	23
b.	Tingkatan Produk.....	23
c.	Definisi Kualitas Produk.....	24
d.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
e.	Dimensi Kualitas Produk	25
A.5	Harga	28
a.	Penetapan Harga	28
b.	Dimensi Harga	30
c.	Indikator Harga.....	31
B.	Penelitian Terdahulu	31
C.	Hubungan Antar Variabel	39

C.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	39
C.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	39
C.3 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	40
D. Rerangka Pemikiran.....	40
E. Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	45
C.1 Definisi variabel	45
C.2 Operasional variabel.....	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
D.1 Populasi	51
D.2 Sample penelitian	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Metode Analisis	52
F.1 Evaluasi measurement (outer) model.....	53
F.2 Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) ...	55
BAB IV PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Perusahaan	57
A. 1 Profil Perusahaan	57

A. 2 Visi dan Misi Perusahaan	57
B. Metode Analisis	57
B. 1 Analisis Deskriptif.....	57
B. 2 Analisis Inferensial	69
C. Pembahasan	81
C. 1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
C. 2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
C. 3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan.....	85
B. saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

