

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR PUSTAKA	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Permasalahan	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	11

2.3. Bauran Pemasaran.....	12
2.4. Pengertian Harga	13
2.4.1. Penetapan Harga	14
2.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga	16
2.4.3. Metode Penetapan Harga	18
2.5. Kualitas Produk	22
2.5.1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.5.2. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	25
2.6. Citra Merek	26
2.6.1. Pengertian Citra Merek.....	27
2.6.2. Membangun Citra Merek.....	28
2.6.3. Peranan dan Kegunaan Merek	29
2.7. Perilaku Konsumen.....	30
2.7.1. Pengertian Perilaku Konsumen	30
2.8. Pengambilan Keputusan Konsumen	32
2.8.1. Keputusan Pembelian	33
2.9. Rerangka Pemikiran.....	37
2.10. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu Penelitian	42
3.2 Tempat Penelitian	42

3.3 Desain Penelitian	42
3.4. Definisi dan Oprasional Variabel.....	43
3.4.1. Definisi Variabel	43
3.4.2. Definisi Oprasional Variabel	44
3.4.3. Pengukuran Variabel	47
3.5. Populasi dan Sampel	48
3.5.1. Populasi	48
3.5.2. Sampel	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data	50
3.7. Metode Analisis	52
3.7.1. Statistik Deskriptif	52
3.7.2. Teknik Uji Validitas	53
3.7.3. Uji Reliabilitas	54
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	55
3.7.5. Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.7.6. Uji Hipotesis	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskriptif Objek Penelitian.....	62
4.1.1. Nama Perusahaan	62
4.1.2. Gambaran Umum	62
4.1.3. Karakteristik Responden	62
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif	63

4.2.1. Hasil Uji Statistic Deskriptif Harga	65
4.2.2. Hasil Uji Statistic Deskriptif Citra Merek	65
4.2.3. Hasil uji statistic deskriptif kualitas produk	66
4.2.4. Hasil Uji Statistic Deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
4.3. Hasil uji validitas	67
4.3.1. Uji Validitas Harga (X1)	68
4.3.2. Uji Validitas Citra Merek (X2).....	69
4.3.3. Uji Validitas kualitas produk (X3)	70
4.3.4. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	71
4.4. Uji reliabilitas.....	71
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	73
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas	73
4.5.3. Hasil Uji heteroskedasitas	75
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.7. Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.7.1. Hasil Uji Statistik	80
4.7.2. Hasil uji signifikan parsial (Uji T)	80
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.8.1. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian	82
4.8.2. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	83

4.8.3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	83
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	84

