

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2. Kualitas Produk	12
2.2.1. Pengertian Kualitas	12
2.2.2. Pengertian Produk	13

2.2.3. Pengertian Kualitas Produk	13
2.2.4. Identifikasi Produk	14
2.2.5. Dimensi Kualitas Produk	15
2.3. Harga	17
2.3.1. Pengertian Harga	17
2.3.2. Penetapan Harga.....	18
2.3.3. Tujuan Penetapan Harga	19
2.3.4. Metode Penetapan Harga.....	21
2.4. Citra Merek.....	22
2.4.1. Pengertian Citra	22
2.4.2. Pengertian Merek	22
2.4.3. Pengertian Citra Merek	23
2.4.4. Faktor – Faktor Pembentuk Citra Merek.....	23
2.4.5. Dimensi Citra Merek	24
2.5 Keputusan Pembelian	25
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.5.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	26
2.5.3 Proses Keputusan Pembelian	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	31
2.7 Rerangka Konseptual	34
2.7.1 Hubungan Antar Variabel	34
2.8 Hipotesis.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.1.1 Waktu Penelitian	39
3.1.2 Tempat Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian.....	39
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.1 Definisi Variabel	40
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	41

3.4 Pengukuran Variabel	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.5.1 Populasi	45
3.5.2 Sampel.....	45
3.6 Metode Pengumpulan Data	46
3.7 Metode Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Model Persamaan (<i>Structure Equation Model</i>).....	47
3.8 Analisis Partial Least Square.....	49
3.8.1 Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah Perusahaan	53
4.1.2 Profil Produk.....	55
4.2 Hasil Uji Deskriptif	58
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.3.1 Variabel Kualitas Produk	63
4.3.2 Variabel Harga	64
4.3.3 Variabel Citra Merek	65
4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.4 Metode Analisis Data : <i>SEM – Partial Least Square (PLS)</i>	67
4.4.1 <i>Evaluasi Measurement Model (Outer Model)</i>	67
4.4.2 Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	75
4.5 Pembahasan.....	79
4.5.1 Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79

4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....80
4.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian81

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....82
5.2 Saran.....83

DAFTAR PUSTAKA85



UNIVERSITAS
MERCU BUANA