

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Perilaku Konsumen	13
a. Pengertian Perilaku Konsumen	13
b. Dimensi Perilaku Konsumen.....	14
3. Keputusan Pembelian.....	15

a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
b. Dimensi Keputusan Pembelian	16
4. Persepsi Harga.....	17
a. Pengertian Persesi Harga.....	17
b. Indikator Persesi Harga	18
5. Kualitas Produk.....	19
a. Pengertian Kualitas Produk.....	19
b. Dimensi Kualitas Produk	20
6. Citra Merek	21
a. Pengertian Citra Merek	21
b. Indikator Citra Merek.....	22
7. Peneliti Terdahulu	22
B. Hubungan antara Variabel dengan Rerangka Pemikiran.....	25
1. Hubungan antar Variabel	25
a. Pengaruh Antara Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
b. Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
c. Pengaruh Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2. Rerangka Konseptual	29
C. Hipotesis Penelitian	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
D. Pengukuran Variabel	35
E. Populasi dan Sampel.....	35
1. Populasi Penelitian	35
2. Sampel Penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Jenis Data Penelitian	37
H. Metode Analisis Data.....	38
1. SEM - PLS.....	38
a). Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	38
b). Pengujian Model Struktur Atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)... ..	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum www.canon.co.id	41
B. Karakteristik Jawaban Responden.....	42
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43
C. Karakteristik Jawaban Responden.....	44
1. Karakteristik Jawaban Responden Persepsi Harga	44

2. Karakteristik Jawaban Responden Kualitas Produk	45
3. Karakteristik Jawaban Responden Citra Merek	47
4. Karakteristik Jawaban Responden Keputusan Pembelian	47
D. Metode Analisis Data: <i>Component Based Structure Equation</i>	
<i>Modeling</i>	48
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	49
a). <i>Convergent Validity</i>	49
b). <i>Discriminant Validity</i>	55
c). <i>Average Extracted Variance (AVE)</i>	56
d). Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>)	57
2. Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	58
a). Nilai R Square	59
b). Goodness Of Fit Model	59
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	60
E. Pembahasan	63
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73

