

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Keputusan Pembelian.....	16
3. <i>Brand Image</i>	21
4. Persepsi Harga	24
5. Promosi	28

B. Penelitian Terdahulu	30
C. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	35
1. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	35
2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	36
3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Operasional Variabel.....	41
D. Skala Pengukuran.....	44
E. Populasi Dan Sampel.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data.....	46
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	47
a. <i>Convergent Validity</i>	47
b. <i>Discriminant Validity</i>	48
c. <i>Composite Reliability</i>	48
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	48
a. Nilai R-square	49
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	49
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
a. Visi Perusahaan.....	52
b. Misi Perusahaan.....	52
B. Analisis Deskriptif	52
1. Karakteristik Responden.....	52
1) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa	53
2) Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	53
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	55
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
6) Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan.....	57
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	57
1) Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i>	58
2) Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga.....	59
3) Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Promosi.....	59
4) Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	60
C. Hasil Uji Kualitas Data	62
1. Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i>	62
a. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	62

b.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	65
c.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	68
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	69
a.	Hasil Pengujian Nilai <i>R-square</i>	69
b.	Hasil Pengujian <i>Goodness Of Fit Model</i>	70
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	71
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	72
1.	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian	73
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	76
B.	Saran	77
1.	Saran Untuk Maskapai Lion Air	77
2.	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		86