

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Perilaku Konsumen	12

a. Pengertian Perilaku Konsumen	12
b. Dimensi Perilaku Konsumen.....	13
3. Keputusan Pembelian	14
a. Pengertian keputusan Pembelian	14
b. Dimensi Keputusan Pembelian	15
4. Periklan	18
a. Pengertian Periklanan	18
b. Dimensi dan Indikator Periklanan	24
5. Persepsi Harga.....	26
a. Pengertian Persepsi Harga	26
b. Indikator Persepsi Harga	29
6. Kualitas Produk.....	31
a. Pengertian Kualitas Produk.....	31
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	35
7. Penelitian Terdahulu.....	36
8. Hubungan Antar Variabel	38
a. Hubungan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
b. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
c. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
B. Rerangka Pemikiran	40
C. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
-------------------------------------	----

B. Desain Penelitian.....	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	43
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi	46
2. Sampel	47
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Jenis Data Penelitian	48
H. Metode Analisis Data	48
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	49
a. <i>Convergent Validity</i>	49
b. <i>Discriminant Validity</i>	49
c. <i>Composite Reliability dan Crobach's Alpha</i>	50
d. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	50
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Hasil Uji Deskriptif	54
1. Karakteristik Profil Responden	54
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	56

1. Variabel Periklanan	56
2. Variabel Persepsi Harga.....	57
3. Variabel Kualitas Produk.....	58
4. Variabel Keputusan Pembelian	59
D. Metode Analisis Data: <i>Component Based Structural Equation Modeling</i>	61
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	61
a. <i>Convergent Validity</i>	61
b. <i>Discriminant Validity</i>	66
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
d. Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>)....	68
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	69
a. Nilai <i>R-square</i>	69
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	70
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	71
E. Pembahasan	73
1. Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian	73
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	74
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82