

DAFTAR ISI

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	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	14
2.1. Perilaku Konsumen	14

2.2. Keputusan Pembelian	24
2.3. Promosi.....	27
2.4. Citra Merek.....	30
2.5. Kualitas Produk	33
2.6. Penelitian Terdahulu.....	35
2.7. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	44
B. Rerangka Penelitian	47
C. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Desain penelitian.....	49
C. Definisi dan operasionalisasi variabel.....	50
1. Definisi Variabel	50
2. Operasional variabel.....	51
D. Populasi dan Sampel Penelitian	55
1. Populasi	55
2. Sampel.....	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Pengukuran Variabel.....	57
G. Jenis Data Penelitian	58

H.	Metode Analisis Data.....	58
1.	IBM SPSS Statistic	58
a.	Analisis Deskriptif (<i>Descriptive Analysis</i>).....	58
2.	SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)-PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	59
a.	<i>Evaluasi Measurement (outer) Model</i>	59
3.	Pengujian Model Struktural atau uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	61
4.	Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Penelitian.....	63
B.	Statistik Deskriptif.....	65
C.	Deskriptif Jawaban Responden.....	68
1.	Variabel Promosi.....	68
2.	Variabel Citra Merek.....	69
3.	Variabel Kualitas Produk	70
4.	Variabel Keputusan Pembelian	72
D.	Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	74
1.	<i>Evaluasi Measurement (outer) Model</i>	74
a.	<i>Covergent Validity</i>	74
b.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	78

c.	<i>Discriminant validity</i>	79
d.	Uji Reabilitas (<i>Composite Reliability</i>) dan <i>Cronbach's Alpha</i>	81
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	81
a.	<i>Goodness of Fit Model</i>	82
b.	Nilai R-square.....	83
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	83
E.	Pembahasan.....	86
1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	86
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan.....	89
B.	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		96