

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan Masalah Penelitian.....	9
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan masalah .....	9
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1. Merek.....	13
2.1.2. Citra Merek.....	15
2.1.2.1. Tolak Ukur <i>Brand Image</i> .....	18
2.1.2.2. Dimensi dan Indikator Citra Merek .....	20
2.1.3. Produk.....	24
2.1.3.1. Kualitas Produk.....	25
2.1.3.2. Dimensi Kualitas Produk .....	26
2.1.3.3. Produk Dalam Strategi Bauran Pemasaran .....	28
2.1.4. Harga.....	29
2.1.5. Keputusan Pembelian .....	32
2.1.6. Kepuasan Pelanggan .....	36
2.1.6.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	36
2.1.6.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	40
2.2. Penelitian Terdahulu .....	41
2.3. Kerangka Pemikiran.....	47
2.4. Hipotesis .....	54
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis atau Desain Penelitian.....	55
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel .....	56
3.2.1. Definisi Konsep .....	57

3.2.2. Definisi Operasional dan Pengukuran .....	60
3.3. Populasi dan Sampel .....	61
3.3.1. Populasi .....	61
3.3.2. Sampel .....	62
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	64
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	64
3.6. Metode Analisis Data .....	65
3.6.1. Analisis Deskriptif .....	65
3.6.2. Uji Hipotesis .....	66
3.6.2.1. Konseptual Model .....	66
3.6.2.2. Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	66
3.6.2.2.1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	67
3.6.2.2.2. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	72
3.6.2.2.3. Uji Kecocokan Model Struktural .....	75

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Perusahaan .....	76
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	76
4.1.2. Lingkup Bidang Usaha .....	77
4.1.3. Sumber Daya .....	78
4.1.4. Tantangan Bisnis Perusahaan .....	78
4.1.5. Proses Bisnis Perusahaan .....	79
4.2. Hasil Penelitian .....	79
4.2.1. Karakteristik Responden .....	79
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel .....	83
4.2.3 Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian .....	87
4.2.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas produk .....	88
4.2.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Harga .....	90
4.2.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek .....	93
4.2.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian ..	95
4.2.3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan ...	97
4.2.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran .....	99
4.2.5. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T) .....	100
4.2.6. Pengujian Hasil Hipotesis .....	101
4.3. Pembahasan .....	103
4.3.1. Analisis Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	103
4.3.2. Analisis Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	104
4.3.3. Analisis Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	105
4.3.4. Analisis Variabel Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	106
4.4. Implikasi Manajerial .....	107

#### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	108
-----------------------	-----

5.2. Saran .....	108
5.3. Manfaat Penelitian .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>163</b>

