

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
b. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	12
c. Konsep Dalam Manajemen Pemasaran.....	13

2. Kualitas Produk.....	16
a. Pengertian Kualitas Produk.....	16
b. Evaluasi Tingkatan Produk.....	17
c. Dimensi Kualitas Produk	18
3. Harga Produk	19
a. Pengertian Harga Produk	19
b. Kebijakan Harga	22
c. Tujuan Penetapan Harga	25
d. Indikator Harga	26
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	27
a. Pengertian Citra Merek.....	27
b. Tujuan Pemberian Merek	29
c. Syarat-Syarat Memilih Merek	30
d. Dimensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	31
5. Keputusan Pembelian	32
a. Pengertian Keputusan Pembelian	32
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...33	
c. Dimensi Keputusan Pembelian.....	35
6. Penelitian Terdahulu	36
B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	38
1. Rerangka Konseptual	38
2. Pengembangan Hipotesis.....	39

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
c. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
1. Waktu penelitian	41
2. Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi Operasional Variabel	42
1. Definisi Variabel	42
2. Operasional Variabel	44
D. Skala Pengukuran	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi Penelitian	46
2. Sampel Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Cara Mengumpulkan Data	47
2. Teknik Pengumpulan Data	47
3. Instrumen Pengumpulan Data	47
4. Jenis Data	48
G. Metode Analisis Data	48
1. Statistik Deskriptif	49
2. Analisis Partial Least <i>Square</i> (PLS)	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
a. Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
b. Visi dan Misi Perusahaan.....	53
B. Statistik Deskriptif.....	53
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
C. Deskriptif Jawaban Responden.....	56
1. Variabel Kualitas Produk.....	57
2. Variabel Harga.....	58
3. Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	59
4. Variabel Keputusan Pembelian.....	60
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	61
1. Evaluasi Measurement (Outer Model).....	61
a. Convergent Validity.....	61
b. Discriminant Validity.....	65
c. Average Extracted Variance (AVE).....	67
d. Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	68

2.	Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis (Inner Model).....	69
a.	Nilai R-Square.....	69
b.	Goodness of Fit Model.....	69
c.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	70
E.	Pembahasan.....	72
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
3.	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	75
A.	Simpulan.....	75
B.	Saran.....	75
1.	Bagi Perusahaan.....	75
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	77
	LAMPIRAN.....	79