

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kontribusi Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Citra Merek	9
2.1.1.1 Definisi Citra Merek	9
2.1.1.2 Dimensi Citra Merek	14
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	16
2.1.2 Kualitas Produk	23

2.1.2.1 Definisi Kualitas	23
2.1.2.2 Definisi Produk.....	24
2.1.2.3 Definisi Kualitas Produk	25
2.1.2.4 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.1.3 Keputusan Pembelian	27
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	27
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Rerangka Pemikiran Konseptual.....	33
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4 Hipotesis.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Subjek, Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	39
3.2.1 Subjek Penelitian.....	39
3.2.2 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	40

3.4.1	Variabel Citra Merek.....	40
3.4.2	Variabel Kualitas Produk	40
3.4.3	Variabel Keputusan Pembelian	41
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.5.1	Populasi Penelitian	41
3.5.2	Sampel Penelitian	41
3.6	Sumber Data Penelitian.....	42
3.7	Metode Pengumpulan Data	42
3.7.1	Skala Ukur Citra Merek	43
3.7.2	Skala Ukur Kualitas Produk.....	43
3.7.3	Skala Ukur Keputusan Pembelian.....	44
3.8	Pengukuran Variabel.....	45
3.9	Metode Analisis Data.....	45
3.9.1	Statistika Deskriptif.....	46
3.9.2	Uji Kualitas Data	46
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	48
3.9.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.9.5	Uji Hipotesis.....	50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Statistik Deskriptif.....	53
4.1.1	Deskriptif Responden	53
4.2	Hasil Uji Validitas	56
4.2.1	Validitas Alat Ukur Citra Merek	56

4.2.2	Validitas Alat Ukur Kualitas Produk.....	57
4.2.3	Validitas Alat Ukur Keputusan Pembelian	58
4.3	Hasil Uji Reliabilitas	59
4.3.1	Alat Ukur Citra Merek	59
4.3.2	Alat Ukur Kualitas Produk	59
4.3.3	Alat Ukur Keputusan Pembelian	59
4.4	Hasil Uji Normalitas.....	60
4.5	Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.7	Hasil Uji Hipotesis	62
4.7.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
4.8	Analisis Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
Daftar Pustaka.....		69
Lampiran		73