

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Perilaku Konsumen.....	16
3. Promosi	17
4. Persepsi Harga	20
5. Citra Merek.....	23
6. Keunggulan Bersaing.....	26
7. Keputusan Pembelian	27
8. Penelitian Terdahulu	31
B. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing	32
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing	32
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing	33
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
5. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	34
6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
7. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasionalisasi Variabel.....	41
D. Skala pengukuran.....	43

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Uji Analisis Data	47
1. Uji Statistik Deskriptif	47
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan	53
1. Sejarah PT. Mayora Indah Tbk	53
B. Hasil Perhitungan	52
1. Statistik Deskriptif.....	54
2. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	61
C. Pembahasan	73
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing.....	73
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing ..	73
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing.....	74
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
5. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..	75
6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
7. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86