

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	11
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	11
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Produk.....	17
2.1.2.1 Level Produk.....	19
2.1.2.2 Atribut Produk dan Dimensinya.....	20
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	22
2.1.4 Citra Merk (<i>Brand Image</i>).....	24
2.1.4.1 Dimensi Citra Merk.....	27
2.1.5 Pelayanan Purna Jual.....	28

2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.2.1	Hubungan Dimensi Produk Dengan Dimensi Keputusan Pembelian.....	30
2.2.2	Hubungan Dimensi Kualitas Produk Dengan Dimensi Keputusan Pembelian.....	30
2.2.3	Hubungan Dimensi Citra Merk Dengan Dimensi Keputusan Pembelian.....	31
2.2.4	Hubungan Dimensi Pelayanan Purna Jual Dengan Dimensi Keputusan Pembelian.....	31
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5	Metode Analisis Data.....	45
3.5.1	Analisis Regresi.....	46
3.5.2	Koefisien Determinasi R ²	47
3.5.3	Uji Instrumen.....	48
3.5.3.1	Uji Validitas Instrumen.....	48
3.5.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	48
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.5	Uji Hipotesis.....	50
3.5.6	Analisis Dimensi.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	54
4.1.2	Lingkup Dan Bidang Usaha.....	56
4.1.3	Sumber Daya.....	57
4.1.4	Tantangan Bisnis.....	60
4.1.5	Pemasaran.....	61

4.2	Karakteristik Responden.....	62
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	64
	4.3.1 Uji Validitas.....	64
	4.3.2 Uji Reliabilitas.....	66
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	67
	4.4.1 Uji Normalitas.....	67
	4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	68
	4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5	Anilisis Regresi.....	71
4.6	Uji Hipotesis.....	72
	4.6.1 Pengujian Variabel Secara Simultan.....	72
	4.6.2 Pengujian Variabel Secara Parsial.....	73
	4.6.2.1 Pengaruh Variabel Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
	4.6.2.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
	4.6.2.3 Pengaruh Variabel Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
	4.6.2.4 Pengaruh Variabel Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
	4.6.3 Uji Koefisien Determinasi.....	77
4.7	Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	78
	4.7.1 Korelasi Antar Dimensi Variabel Produk Dengan Dimensi Varibel Keputusan Pembelian.....	80
	4.7.2 Korelasi Antar Dimensi Variabel Kualitas Produk Dengan Dimensi Varibel Keputusan Pembelian.....	81
	4.7.3 Korelasi Antar Dimensi Variabel Citra Merk Dengan Dimensi Varibel Keputusan Pembelian.....	81
	4.7.4 Korelasi Antar Dimensi Variabel Pelayanan Purna Jual Dengan Dimensi Varibel Keputusan Pembelian.....	82
4.8	Pembahasan.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA