

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Harga	15
3. Kualitas Produk	21
4. Citra Merek	27
5. Perilaku Konsumen	30
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Rerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
1. Waktu Penelitian	38

2. Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	40
D. Pengukuran Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian.....	43
F. Tehnik Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Statistik Deskriptif.....	46
2. Uji Kualitas Data.....	46
3. Uji Asumsi Klasik	48
1. Uji Multikolinieritas	48
2. Uji Heterokedastisitas.....	49
3. Uji Normalitas	50
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
H. Pengujian Hipotesis	51
1. Uji t atau Uji Parsial.....	51
2. Uji F atau Uji Simultan	53
3. Analisis Koefisien Determinasi (r^2).....	54
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Sejarah PT Toyota Astra Motor.....	55
2. Visi dan Misi PT Toyota-Astra Motor.....	56
B. Analisis Karakteristik Responden.....	57
1. Karakteristik Responden	57
a. Deskripsi Responden Berdasarkan JenisKelamin	57
a) Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
b) Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59

C.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel	59
a)	Deskripsi variabel Harga	60
b)	Deskripsi variabel Kualitas Produk	61
c)	Deskripsi variabel Citra Merek	62
d)	Deskriptif variabel Kepuasan Pembelian	63
D.	Hasil Uji Kualitas Data	65
1.	Uji Validitas	65
2.	Uji Reliabilitas	68
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik	68
a.	Uji Normalitas	69
b.	Uji Multikolonieritas	70
c.	Uji Heteroskedastisitas	71
F.	Analisis Regresi Linier Berganda	72
G.	Hasil Uji Hipotesis	75
a.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
b.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	75
c.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)	76
H.	Pembahasan Hasil Penelitian	77
a.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
b.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
c.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
A.	Simpulan	80
B.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85