

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRAK</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
a. Definisi Keputusan Pembelian	11
2. Keputusan Pembelian.....	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
c. Dimensi Keputusan Pembelian.....	14

3. Citra Merek	15
a. Definisi Citra Merek	15
b. Aspek Citra Merek	17
c. Dimensi Citra Merek	18
4. Harga	20
a. Definisi Harga	20
b. Peranan Harga	21
c. Tujuan Penetapan Harga	21
d. Dimensi Strategik Harga	24
5. Kualitas Pelayanan	25
a. Definisi Kualitas Pelyanan	25
b. Unsur-unsur Pelayanan	26
c. Mengukur Kualitas Pelayanan	29
d. Dimensi Kualitas Pelayanan	30
6. Penelitian Terdahulu	32
B. Rerangka Konseptual	40
C. Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasional Variabel	48
D. Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sample	50
1. Populasi	50
2. Sample	50

F. Teknik Pengumpulan Data.....	52
G. Metode Analisis.....	52
1. Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Kualitas Data.....	53
a. Uji Validitas.....	53
b. Uji Reliabilitas.....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Multikolinieritas.....	56
c. Uji Heteroskedastisitas.....	57
4. Uji Kesesuaian Model.....	58
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	58
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	59
5. Uji Analisa Regresi Linier Berganda.....	60
6. Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
2. Karakteristik Profil Responden.....	65
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	66
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	66
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	67
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	69
1. Hasil Uji Validitas.....	69
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72

1. Hasil Uji Normalitas.....	72
2. Hasil Uji Multikolinieritas	74
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	76
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
2. Hasil Uji F ANOVA.....	76
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
G. Hasil Uji Hipotesis	79
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81
2. Pengaruh Harga Keputusan Pembelian	82
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	84
B. Saran	85
 DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91