

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Penelitian	1
B Rumusan Masalah	7
C Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2. Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)	13
2.1 Pengertian Kredit Kepemilikan Rumah	13
2.2 Jenis Kredit Kepemilikan Rumah	14
3. Keputusan Pembelian	14
3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
3.2 Dimensi Dan Indikator Keputusan Pembelian	15
3.3 Tipe Proses Pembelian Konsumen	18
4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	19
4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	19

4.2	Komponen <i>Brand Image</i>	20
4.3	Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	21
5.	Harga.....	22
5.1	Pengertian Harga.....	22
5.2	Dimensi dan Indikator Harga.....	23
6.	Lokasi.....	25
6.1	Pengertian Lokasi.....	25
6.2	Faktor-Faktor Yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Menetapkan Lokasi.....	26
6.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	27
6.4	Dimensi dan Indikator Lokasi.....	28
7.	Penelitian Terdahulu	28
8.	Hubungan Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	32
8.1	<i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Rumah.....	32
8.2	Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Rumah.....	32
8.3	Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Rumah.....	32
B	Rerangka Pemikiran.....	33
C	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	35
B.	Desain Penelitian	35
C.	Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	36
1.	Definisi Variabel	36
1.1	Variabel Bebas	36
1.2	Variabel Terikat	37
2	Operasionalisasi Variabel.....	37
3	Pengukuran Variabel	40
D.	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	41
1.	Populasi Penelitian	41
2.	Sampel Penelitian	42

E. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Teknik Kuesioner	43
F. Metode Analisis	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Metode Statistik.....	45
3.1 Model Struktur	46
3.2 Model Pengukuran	46
4. Tahap-Tahap Dalam SEM.....	47
4.1 Konseptualisasi Model	47
4.2 Penyusunan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>).....	49
4.3 Spesifikasi Model.....	49
4.4 Identifikasi Model	50
4.5 Estimasi Parameter	50
4.6 Penilaian Mode <i>Fit</i>	50
4.7 Modifikasi Model.....	50
4.8 Validasi Silang Model.....	51
4.9 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obejk Penelitian.....	53
1. Sejarah Perkembangan BRI.....	53
2. Visi dan Misi BRI.....	55
2.1 Visi	55
2.2 Misi.....	56
3. Produk – produk BRI	56
3.1 Simpanan	56
3.2 Kredit.....	57
B. Hasil Uji Statistik Dekriptif	60
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	61
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62

4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
6.	Deskripsi jawaban Kuesioner Brand image	64
7.	Deskripsi jawaban Kuesioner Harga	65
8.	Deskripsi jawaban Kuesioner Lokasi	67
9.	Deskripsi jawaban Kuesioner Keputusan pembelian	68
C.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	69
1.	Uji Validitas Variabel.....	69
2.	Uji Reliabilitas Variabel	79
3.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	79
4.	Uji Model Struktural	82
D.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
E.	Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
A.	Simpulan	89
B.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		92