

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	8
1.3    Pembatasan Masalah .....	8
1.4    Perumusan Masalah .....	9
1.5    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.5.1    Maksud Penelitian .....	9
1.5.2    Tujuan penelitian .....	9
1.6    Kegunaan Penelitian .....	10
1.7    Lokasi dan Waktu Penelitian .....	11
1.7.1    Lokasi .....	11
1.7.2    Waktu Penelitian .....	11
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1    Teori dan Konsep .....	12
2.1.1    Manajemen .....	12
2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2.1    Pemasaran .....	13
2.1.2.2    Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3    Kualitas Produk .....	14
2.1.3.1    Definisi Kualitas Produk .....	14
2.1.4    Citra Merek .....	18
2.1.4.1    Citra .....	18
2.1.4.2    Merek .....	18
2.1.4.3    Manfaat dan Keuntungan Merek .....	19

	2.1.4.4	Pengertian Citra Merek .....	20
	2.1.5	Keputusan Pembelian .....	21
	2.1.5.1	Definisi Keputusan Pembelian .....	21
	2.1.5.2	Perilaku Konsumen .....	22
	2.1.5.3	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	23
	2.1.5.4	Proses Keputusan Pembelian .....	24
	2.1.5.5	Indikator Keputusan Pembelian .....	28
	2.1.5.6	Peranan dalam Keputusan Pembelian ....	30
2.2		Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	31
	2.2.1	Kerangka Pemikiran .....	31
	2.2.1.1	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	39
	2.2.1.2	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	40
	2.2.1.3	Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	40
	2.2.2	Penelitian Terdahulu .....	42
	2.2.3	Hipotesis .....	43
<b>BAB III</b>		<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1		Desain Penelitian .....	45
	3.1.1	Jenis Penelitian .....	46
	3.1.2	Objek dan Subjek Penelitian .....	46
3.2		Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
	3.2.1	Populasi .....	47
	3.2.2	Sampel .....	47
	3.2.3	Operasionalisasi Variabel .....	49
3.3		Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	52
	3.3.1	Teknik Pengumpulan Data .....	52
	3.3.2	Instrumen Penelitian .....	53
	3.3.2.1	Uji Validitas .....	54

	3.3.2.2	Uji Reliabilitas .....	55
3.4		Teknik Analisis Data .....	57
	3.4.1	MSI ( <i>Method of Succesive Interval</i> ) .....	57
	3.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
	3.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
	3.4.4	Analisis Koefisien Korelasi .....	60
	3.4.5	Analisis Koefisien Determinasi .....	60
	3.4.6	Rancangan Penguji Hipotesis .....	61
	3.4.6.1	Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	61
	3.4.6.2	Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	63
<b>BAB IV</b>		<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1		Hasil Penelitian .....	65
	4.1.1	Profil Responden .....	65
	4.1.2	Pengujian Kualitas Intrumen Penelitian .....	67
	4.1.2.1	Uji Validitas .....	67
	4.1.2.2	Uji Reliabilitas .....	69
	4.1.3	Analisis Deskriptif .....	70
	4.1.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk .....	71
	4.1.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek .....	74
	4.1.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	76
	4.1.4	Analisis Data .....	79
	4.1.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	79
	4.1.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
	4.1.4.3	Analisis Koefisien Korelasi .....	85
	4.1.4.4	Analisis Koefisien Determinan .....	87
	4.1.5	Uji Hipotesis .....	87
	4.1.5.1	Pengujian Parsial (Uji t).....	87
	4.1.5.2	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	90

<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1	Kesimpulan .....	93
5.2	Keterbatasan .....	94
5.3	Saran .....	95
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	