

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR KEASLIAN.....	v
LEMBAR KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Keputusan Pembelian	11
B. Kualitas Produk	26
C. Persepsi Harga	32
D. Citra Merek	39
E. Promosi	42
F. Penelitian Terdahulu	47
G. Kerangka Konseptual	52

H. Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
1. Pendekatan Penelitian	56
2. Jenis penelitian	57
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	57
1. Populasi	57
2. Sampling	58
3. Sampel Penelitian	59
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	60
1. Sumber Data	60
2. Variabel	60
3. Skala Pengukuran	62
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	62
E. Teknik Analisis Data	66
1. Uji Keabsahan Data	66
2. Uji Asumsi Klasik	78
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	81
4. Uji Hipotesis	83
BAB IV HASIL PENELITIAN	85
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
B. Deskripsi Responden	86
C. Deskripsi Variabel	90
D. Pengujian Data.....	101
BAB V PEMBAHASAN.....	117
BAB VI PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	127
DAFTAR RUJUKAN	129
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	135