

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah	12
BAB II : LANDASAN TEORI	

	A. Harga	13
	B. Kualitas Produk	20
	C. Citra Merek	23
	D. Keputusan Pembelian	25
	E. Penelitian Terdahulu	30
	F. Kerangka Konseptual	35
	G. Hipotesis Penelitian	36
BAB	III METODE PENELITIAN	
:	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
	B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	39
	C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	41
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	44
	E. Teknik Analisis Data	47
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
	B. Hasil Penelitian	57
	1. Karakteristik Responden	57
	2. Uji Instrumen Penelitian	58
	a. Uji Validitas	58
	b. Uji Reliabilitas	60
	3. Uji Asumsi Klasik	61
	a. Uji Normalitas	61
	b. Uji Multikolinieritas	62
	c. Uji Heteroskedastisitas	63
	4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
	5. Uji Hipotesis	66
	a. Uji-t	66
	b. Uji-F	68
	c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
BAB	V PEMBAHASAN	
:	1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	

	Konsumen Tea Break di Wilayah Tulungagung.....	71
2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tea Break di Wilayah Tulungagung	73
3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tea Break di Wilayah Tulungagung.....	75
4.	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tea Break di Wilayah Tulungagung.....	77
BAB VI	PENUTUP	
:	A. Kesimpulan	79
	B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		