

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	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 Bagan .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	17

BAB II LANDASAN TEORI .....	20
A. Kerangka Teori.....	20
1. Keputusan Pembelian.....	20
2. Kualitas Produk.....	28
3. Citra Merek .....	32
4. Harga.....	44
5. <i>Brand Ambassador</i> .....	40
6. Halal (Produk Halal) .....	43
B. Penelitian Terdahulu .....	45
C. Kerangka Konseptual .....	78
D. Hipotesis Penelitian.....	84
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	86
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	86
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel Penelitian .....	87
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	89
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	91
E. Teknik Analisis Data.....	92
1. Uji Validitas .....	94
2. Uji Reliabilitas .....	95
3. <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	96
4. <i>R Square</i> .....	97
5. <i>Predictive Relevance (Q Square)</i> .....	97
6. Model Fit.....	97

BAB IV HASIL PENELITIAN .....	99
A. Deskripsi Data.....	99
B. Deskripsi Variabel.....	102
C. Pengujian Hipotesis.....	111
1. Uji Validitas .....	111
2. Uji Reliabilitas .....	116
3. <i>R Square</i> .....	118
4. <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	119
5. <i>Predictive Relevance (Q Square)</i> .....	121
6. Model Fit.....	122
BAB V PEMBAHASAN .....	123
A. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian secara Simultan .....	123
B. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	128
C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	134
D. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	139
E. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening.....	143
F. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening .....	148
G. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening.....	153
BAB VI PENUTUP .....	158

A. Kesimpulan .....	158
B. Saran.....	161
Daftar Pustaka .....	163
Lampiran-Lampiran .....	171