

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
G. Penegasan Variabel	12
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Manajemen Pemasaran.....	16
B. Teori Citra Merek (<i>Brand Image Theory</i>).....	21
C. Kualitas Produk.....	24
D. Citra Merek	28
E. Harga.....	31
F. Tempat.....	34
G. Keputusan Pembelian.....	36
H. Penelitian Terdahulu	41

I. Kerangka Teori.....	46
J. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Variabel dan pengukuran	52
D. Poupulasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	54
E. Instrumen Penelitian.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Analisis Data	61
H. Tahapan Penelitian	71
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	73
A. Deskripsi Data.....	73
B. Temuan Penelitian.....	83
BAB V PEMBAHASAN	95
A. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang	95
B. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang	97
C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang.....	99
D. Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang.....	101
E. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang	102
BAB VI PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Industri Tahu Kecamatan Karangploso.....	4
Tabel 3.1 Skala pengukuran	53
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4. 3 Responden Berdsarkan Frekuensi Pembelian	74
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Citra Merek	77
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Harga.....	79
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Tempat	80
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	92
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	47
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	118
Lampiran 2: Instrumen Penelitian	119
Lampiran 3: Hasil Kuisioner Penelitian	125
Lampiran 4: Uji Validitas.....	138
Lampiran 5: Uji Reliabilitas	141
Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik	142
Lampiran 7: Uji Hipotesis	143
Lampiran 8: Uji Regresi Linier Berganda.....	144
Lampiran 9: Kartu Kendali Bimbingan.....	145
Lampiran 10: Dokumentasi.....	158
Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup	159