

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.1.1    Profil Perusahaan</b> .....	1
<b>1.1.2    Logo</b> .....	2
<b>1.1.3    Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	2
<b>1.1.4    Produk dan Layanan</b> .....	2
<b>1.2.    Latar Belakang Penelitian</b> .....	6
<b>1.3.    Perumusan Masalah</b> .....	11
<b>1.4.    Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.5.    Kegunaan Penelitian</b> .....	12
<b>1.6.    Sistematika Penulisan Tugas Akhir</b> .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
<b>2.1.    Teori Penelitian</b> .....	13
<b>2.1.1.    Pemasaran</b> .....	13
<b>2.1.2    Manajemen Pemasaran</b> .....	13
<b>2.1.3    Bauran Pemasaran</b> .....	14
<b>2.1.4    Merek</b> .....	14
<b>2.1.5    Citra Merek</b> .....	15

2.1.6	Dimensi Citra Merek .....	15
2.1.7	Kualitas .....	16
2.1.8	Produk.....	16
2.1.9	Kualitas Produk .....	17
2.1.10	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	18
2.1.11	Keputusan Pembelian .....	19
2.1.12	Proses Keputusan Pembelian .....	20
2.1.13	Dimensi Keputusan Pembelian .....	21
2.2.	Hubungan Varibel Penelitian .....	22
2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.2.4	Pengaruh Citra Merek Dalam memediasi Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	22
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	22
2.4.	Kerangka Pemikiran.....	32
2.5.	Hipotesis Penelitian .....	34
2.6.	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian .....	35
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	35
3.2.1	Variabel Operasional.....	35
3.2.2	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Teknik <i>Sampling</i> dan Ukuran <i>Sampel</i> .....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5	Sumber Data .....	44

3.5.1 Data Primer .....	44
3.5.2 Data Sekunder .....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.7 Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	46
3.7.2 Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	46
3.7.3 Analisis Linear Berganda .....	46
3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	47
3.7.6 Uji Parsial (Uji T) .....	47
3.7.7 Uji Simultan (Uji F) .....	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	49
4.1 Pengumpulan Data .....	49
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
4.3 Hasil Penelitian .....	51
4.3.1 Analisis Deksriptif .....	51
4.3.2 <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	63
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	63
4.4.1 Pengujian <i>Outer Model (Outer Model)</i> .....	63
4.4.2 Uji Validitas .....	63
4.5 Pengukuran Struktural Inner Model .....	71
4.5.1 Uji Hipotesis .....	72
4.6 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	74
4.6.1 Kualitas Produk .....	74

<b>4.6.2 Keputusan Pembelian .....</b>	<b>74</b>
<b>4.6.3 Citra Merek .....</b>	<b>75</b>
<b>4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>76</b>
<b>4.6.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....</b>	<b>76</b>
<b>4.6.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>76</b>
<b>4.6.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek 77</b>	
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>78</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>78</b>
<b>5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....</b>	<b>78</b>
<b>5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>