

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Produk Roughneck 1991.....	2
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	16
4.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Harga (<i>Price</i>).....	18
4.1.3 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	19
2.2 Hubungan Antara Variabel	20
2.2.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap kualitas produk.....	20
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Harga.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	33
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
3.3 Skala Pengukuran.....	39
3.4 Tahap Penelitian	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41

3.5.2	Sampel.....	41
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6.1	Data Primer	43
3.6.2	Data Sekunder	44
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.7.1	Uji Validitas.....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data	48
3.7.2	Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Squares (PLS).....	49
3.7.3	Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	50
3.7.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	52
3.7.5	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Karakteristik Responden.....	54
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.2	Analisis Structural Equation Model – Partial Least Square (PLS).....	68
4.2.3	Hasil Pengukuran Model (Inner Model)	73
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.3.1	Pembahasan Hasil Variabel Penelitian	80
4.3.2	Pengaruh Brand Image terhadap Price	81
4.3.3	Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention	81
4.3.4	Pengaruh Price terhadap Purchase Intention	82
4.3.5	Pengaruh Quality Product terhadap Price	82
4.3.6	Pengaruh Quality Product terhadap Purchase Intention	82
4.3.7	Pengaruh Brand Image dan Quality Product terhadap Price dimediasi Purchase Intention.....	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	83
	DAFTAR PUSTAKA.....	85
	LAMPIRAN	88