

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TUJUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
a. Pengertian Keputusan Pembelian	8
b. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	10
2. Kualitas Produk	20
a. Pengertian produk	20
b. Pengertian kualitas produk.....	22
c. Dimensi kualitas produk	24
3. Daya tarik iklan.....	27
a. Pengertian iklan	27
b. Sifat-sifat iklan.....	28
c. Fungsi iklan.....	29
d. Daya tarik iklan.....	30
4. Citra Merek	32

B. Penelitian terdahulu	39
C. Keterkaitan antar variabel	44
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	44
2. Pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian	45
3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	46
4. Kerangka konseptual.....	47
D. Hipotesis penelitian.....	48
 BAB III Metode Penelitian	 50
A. Rancangan penelitian	50
B. Objek penelitian dan waktu penelitian.....	50
C. Populasi dan sampel.....	51
D. Jenis data penelitian	52
E. Prosedur pengambilan data	53
F. Klasifikasi variabel penelitian	54
G. Definisi operasional variabel	54
H. Uji instrumen	56
I. Teknik analisis data.....	60
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	 63
A. Analisis deskriptif	63
1. Karakteristik responden	63
2. Analisis deskriptif variabel	64
B. Analisis kuantitatif.....	67
1. Regresi berganda.....	67
C. Pembahasan.....	72
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	72
2. Pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian	74
3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	75
 BAB V Kesimpulan dan Saran	 77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Penelitian	55
Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas.....	58
Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas Instrumen	60
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	63
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan pendapatan	64
Tabel 4.3 persepsi responden variabel kualitas produk	64
Tabel 4.4 persepsi responden variabel daya tarik iklan	65
Tabel 4.5 persepsi responden variabel citra merek	66
Tabel 4.6 persepsi responden variabel kepuasan pembelian	67
Tabel 4.7 hasil analisis regresi berganda	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	48
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesiner Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden

Lampiran 4 Rekapitulasi Data 100 Responden

Lampiran 5 Tabel Frekuensi

Lampiran 6 Regresi Berganda