

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Keterlibatan Produk (<i>Product Involvement</i>)	8
2. Persepsi Harga (<i>Price Perceptions</i>)	23
3. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	34
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Keterkaitan Antar Variabel	46
D. Kerangka Konseptual / Kerangka Penelitian	50
E. Hipotesis Penelitian	51
BAB III: METODE PENELITIAN.....	52
A. Rancangan Penelitian.....	52
B. Obyek dan Waktu Penelitian	53
C. Populasi.....	54

D. Sampel dan Teknik Sampling	54
E. Jenis dan Sumber Data.....	57
F. Prosedur Pengambilan Data.....	58
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	58
H. Definisi Operasional Variabel.....	60
I. Uji Instrumen	62
J. Teknik Analisis Data.....	65
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Analisis Deskriptif	72
1. Karakteristik Responden	72
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	75
B. Analisis Kuantitatif	78
1. Analisis Regresi Sederhana.....	78
C. Pembahasan.....	89
1. Pengaruh Keterlibatan Produk dengan Loyalitas Merek	89
2. Pengaruh Keterlibatan Produk dengan Persepsi Harga	90
3. Pengaruh Persepsi Harga dengan Loyalitas Merek	91
4. Keterlibatan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas merek yang dimediasi oleh persepsi harga.....	93
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN