

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
 BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
 BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Citra Merek	21
3. Kualitas Produk	27
4. Harga	36
B. Penelitian Terdahulu	41

C. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	43
D. Hubungan Antar Variabel	44
E. Kerangka Pemikiran	48
F. Hipotesis Penelitian	49

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel Penelitian	50
1. Populasi	50
2. Sampel	51
3. Teknik Pengambilan Sampel	51
4. Besaran Sampel	52
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	52
1. Jenis Data	52
2. Metode Pengumpulan Data	53
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	53
1. Variabel Terikat	53
2. Variabel Bebas	53
E. Definisi Operasional Variabel	54
F. Skala Pengukuran Variabel	56
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	58
H. Metode Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif Variabel	59
2. Analisis Regresi Linier Berganda	59
3. Uji Hipotesis	60

BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	63
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden	63

2. Analisis Deskripsi Variabel	65
B. Analisis Regresi Linier Berganda	67
C. Pengujian Hipotesis	69
1. Uji F (bersama-sama)	69
2. Uji t (parsial)	70
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
D. Pembahasan	72
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

1.1 <i>Top Brand Index</i> Air Minum Dalam Kemasan 2015-2017	3
2.1 Perbedaan Penelitian	43
3.1 Definisi Operasional Variabel	54
3.2 Tabel Skor Skala Likert	56
3.3 Hasil Uji Validitas	57
3.4 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.1 Karakteristik Berdasarkan Status/Pekerjaan Responden	63
4.2 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	64
4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
4.4 Presepsi Responden Variabel Citra Merek	65
4.5 Presepsi Responden Variabel Kualitas Produk	65
4.6 Presepsi Responden Variabel Harga	66
4.7 Presepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian	66
4.8 Hasil Regresi Linier Berganda	67
4.9 Hasil Uji F	69
4.10 Hasil Uji t	70
4.11 Hasil Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Konsumen	10
2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian	15
2.3 Model Kerangka Penelitian	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian	83
LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Data Penelitian 30 Responden	88
LAMPIRAN 3: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	91
LAMPIRAN 4: Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden	98
LAMPIRAN 5: Frekuensi Karakteristik Responden	104
LAMPIRAN 6: Frekuensi Variabel	106
LAMPIRAN 7: Hasil Regresi Linear Berganda	115