

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Keputusan Pembelian (Buying Decision).....	7
2. Harga (Price).....	10
3. Brand Equity	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Hubungan Antar Variabel	17
1. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	17
2. Hubungan Harga dengan Brand Equity	17
3. Hubungan Brand equity dengan Keputusan Pembelian.....	18
4. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand equity	18
D. Kerangka Konseptual	19
E. Hipotesis Penelitian.....	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Rancangan Penelitian	21
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	21
C. Populasi.....	22
D. Sampel dan Teknik Sampling	22
E. Jenis Data Penelitian	22
F. Prosedur Pengambilan Data	23
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	23
H. Definisi Operasional Variabel.....	24
I. Skala Pengukuran.....	28
J. Uji Instrumen Penelitian	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
K. Teknik Analisis Data.....	32
1. Analisis Deskriptif	32
2. Analisis Kuantitatif	32
3. Pengujian Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Analisis Deskriptif Responden.....	39
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	42
3. Analisis Kuantitatif	46
4. Pengujian Hipotesis.....	53
B. Pembahasan.....	56
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	56
2. Pengaruh Harga terhadap Brand Equity.....	57
3. Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian	57
4. Brand Equity memediasi pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V KESIMPULAN.....	60
A. Kesimpulan	60

B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	64
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA KUESIONER 30 RESPONDEN	68
LAMPIRAN III UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 30 RESPONDEN	73
LAMPIRAN IV REKAPITULASI DATA 56 RESPONDEN	80
LAMPIRAN V ANALISIS DESKRIPTIF	95
LAMPIRAN VI ANALISIS KUANTITATIF.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4. 1 Model Tahap I	47
Gambar 4. 2 Model Tahap II.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Fitness Center.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Distribusi Interval	29
Tabel 3. 2 Uji Validitas 30 Responden	30
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas 30 Responden.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status	41
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Member	42
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga.....	43
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Brand Equity	44
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4. 9 Deskripsi Seluruh Variabel Penelitian	45
Tabel 4. 10 Loading Factor	47
Tabel 4. 11 Convergent Validity Pengukuran Formatif.....	48
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i>	49
Tabel 4. 13 Convergent Validity Pengukuran Formatif.....	51
Tabel 4. 14 Nilai R-Square	52
Tabel 4. 15 Nilai F-Square	53
Tabel 4. 16 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	54
Tabel 4. 17 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	55