

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Pembatasan Masalah .....	10
1.4 Perumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kerangka Teori .....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian .....	15
2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	17
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.2 Citra Merek .....	21
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....	21
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	23
2.1.2.3 Manfaat Merek .....	24
2.1.2.4 Aspek-aspek yang di ukur dari Citra Merek .....	25
2.1.2.5 Indikator Citra Merek .....	25
2.1.3 Harga .....	28
2.1.3.1 Pengertian Harga .....	28
2.1.3.2 Strategi Penetapan Harga .....	29
2.1.3.3 Metode Penetapan Harga .....	29
2.1.3.4 Tujuan Penetapan Harga .....	31
2.1.3.5 Indikator Harga .....	33
2.2 Penelitian yang Relevan .....	36
2.3 Kerangka Berfikir .....	42
2.4 Hipotesis Penelitian .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	45
3.1.2 Waktu Penelitian .....	45

3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	48
3.3.1 Jenis Data .....	48
3.3.2 Sumber Data .....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4.1 Studi Kepustakaan .....	49
3.4.2 Angket (Kusioner) .....	49
3.5 Skala Pengukuran .....	49
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	51
3.6.1 Uji Validitas .....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.7 Teknik Analisis Data .....	53
3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.7.1.1 Uji Normalitas .....	53
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas .....	54
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas .....	55
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
3.7.3 Uji Hipotesis .....	56
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji-t) .....	56
3.7.3.2 Uji Simultan (Uji-F) .....	57
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	59
4.1.1 Deskripsi Tentang Perusahaan Tempat Peneliti .....	59
4.1.2 Temuan Hasil Penelitian .....	63
4.2 Pembahasan Penelitian .....	63
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian .....	63
4.3 Analisis Data Penelitian .....	73
4.3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	73
4.3.1.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1) .....	73
4.3.1.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Harga (X2) .....	74
4.3.1.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	75
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	77
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	80
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	81
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	83
4.3.4 Uji Hipotesis .....	84
4.3.4.1 Uji t (Parsial) .....	84
4.3.4.2 Uji F (Simultan) .....	86

4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Di Usaha Bahan Bangunan Material Kecamatan Balige Kabupaten Toba .....	88
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Di Usaha Bahan Bangunan Material Kecamatan Balige Kabupaten Toba .....	89
4.4.3 Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Di Usaha Bahan Bangunan Material Kecamatan Balige Kabupaten Toba .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>99</b>

