

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Pembatasan Masalah .....	12
1.4 Rumusan Masalah .....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Kerangka Teoritis.....</b>	<b>15</b>
2.1.1 Keputusan Pembeli .....	15
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembeli .....	17
2.1.1.3 Faktor mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembeli.....	19
2.1.2 Citra Merek.....	21
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....	21
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi citra merek .....	22
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	23
2.1.3 Harga.....	24
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	24
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	25
2.1.3.3 Indikator Penetapan Harga .....	26
<b>2.2 Penelitian Yang Revelan .....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>30</b>
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30

2.3.3 Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian...	30
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>32</b>
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel .....	32
<b>3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....</b>	<b>33</b>
3.3.1 Variabel Penelitian.....	33
3.3.2 Definisi Operasional .....	34
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>35</b>
<b>3.5 Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>37</b>
3.5.1 Uji Validitas .....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	37
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>38</b>
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.1.1 Uji Normalitas .....	38
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas .....	38
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas .....	39
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	39
3.6.3 Uji Hipotesis .....	40
3.6.3.1 Uji Parsial (Uji-t).....	40
3.6.3.2 Uji Simultan (Uji-f).....	41
3.6.3.3 Uji Koefisien Determinan (R).....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>42</b>
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.1.1 Gambaran Umum Kelompok Tani.....	42
4.1.1.2 Visi dan Misi Kelompok Tani.....	43
4.1.2 Identitas Responden.....	43
<b>4.2 Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>44</b>
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner .....	44
4.2.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Keputusan Penelitian .....	45
4.2.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Citra Merek.....	46

4.2.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Harga.....	47
<b>4.3 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>48</b>
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.1.1 Uji Normalitas.....	48
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas .....	50
4.3.1.2 Uji Heterokedastisitas .....	51
<b>4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>52</b>
<b>4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>54</b>
4.5.1 Uji t (Uji Parsial).....	54
4.5.2 Uji F (Simultan).....	56
4.5.3 Uji R <sup>2</sup> (Koefisien) .....	57
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>57</b>
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.6.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.6.3 Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V Kesimpulan .....	62
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 Saran.....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>

