

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Batasan Masalah	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Konsep Pemasaran	13
2.2. Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Pelayanan	14
2.3. Keputusan Pembelian	19
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	21
2.5. Rumusan Hipotesis	21
2.6. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>)	24
2.7. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Objek Penelitian	38
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.4. Defenisi Operasional	38
3.5. Pengukuran Variabel	41
3.6. Populasi dan Sampel	43
3.7. Teknik Pengambilan Sampel	44
3.8. Sumber Data	45
3.9. Teknik Pengumpulan Data	46
3.10. Metode Pengolahan dan Analisis Data	46
3.11. Tahapan Penelitian	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Profil Perusahaan	57
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian	58
4.3. Karakteristik Responden	63
4.4. Analisis Statistik Inferensial.....	68
4.5. Analisis Deskripsi Data.....	71
4.6. Pengujian.....	81
4.7. Analisis Jalur	96
4.8. Mengurutkan Indikator Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120