

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 6

1.3. Tujuan Penelitian 7

1.4. Manfaat Penelitian 7

1.4.1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis 7

1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis 7

1.5. Sistematika Penelitian	8
-----------------------------------	---

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Keputusan Pembelian	10
2.2. Citra Merek	11
2.3. Kualitas Produk	12
2.4. Harga	13
2.5. Penelitian Terdahulu	14
2.6. Hubungan Antara Variabel	15
2.6.1. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.6.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.6.3. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.7. Model Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	18
3.2. Metode dan Jenis Penelitian	18
3.3. Analisis Unit	18
3.4. Pengukuran Variabel	19
3.5. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	19
3.6. Skala Pengukuran	21
3.7. Metode Pengumpulan Data	22

3.8. Teknik Penyusunan Kuesioner	22
3.9. Populasi dan Sampel	22
3.10. Teknik Pengambilan Sampel	23
3.11. Penentuan Jumlah Sampel	23
3.12. Teknik Analisis Data	24
3.12.1. Studi Pendahuluan	25
3.12.1.1. Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	25
3.12.1.2. Uji Validitas Studi Pendahuluan	26
3.12.2. Statistik Deskriptif	27
3.12.3. Statistik Inferensial	28
3.12.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	28
3.12.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	30
3.12.4. Hasil Studi Pendahuluan	32
3.12.4.1. Hasil Uji Reliabilitas	32
3.12.4.2. Hasil Uji Validitas	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Profil Responden	34
4.1.1. Umur	34
4.1.2. Jenis Kelamin	35
4.1.3. Pendidikan Terakhir	36
4.1.4. Pekerjaan	37

4.1.5. Pengeluaran Per Bulan	38
4.2. Hasil Statistik Deskriptif	39
4.3. Hasil Uji Inferensial	43
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
4.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
4.4. Pembahasan	48
4.5. Analisis Berpikir	51
4.5.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.5.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.5.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Implikasi Teoritis Dan Manajerial	53
5.2.1. Implikasi Teoritis	53
5.2.2. Implikasi Manajerial	54
5.3. Batasan Penelitian	55
5.4. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Top Brand <i>Index Tracking</i> Kategori Pasta Gigi	2
Gambar 1.2 Total Rata-Rata Harga Per Gram Produk Pasta Gigi	4
Gambar 1.3 Penjualan Online Pasta Gigi Formula Di DKI Jakarta	5
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1 Profil Umur	35
Gambar 4.2 Profil Jenis Kelamin	36
Gambar 4.3 Profil Pendidikan Terakhir	37
Gambar 4.4 Profil Pekerjaan	38
Gambar 4.5 Profil Pengeluaran Per Bulan	39
Gambar 4.6 <i>Outer Model</i>	48

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Peringkat Pasta Gigi Formula	3
Tabel 3.1 Definisi Konseptual Dan Operasional Variabel	19
Tabel 3.2 Skala Penilaian Unit	22
Tabel 3.3 <i>Rule Of Thumb Cronbach's Alpha</i>	26
Tabel 3.4 Interval Dan Kategori Rata-Rata	27
Tabel 3.5 Kriteria <i>Loading Factor</i>	29
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Determinasi	31
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	32
Tabel 3.7 Uji Validitas Studi Pendahuluan	33
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Indikator Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Indikator Citra Merek	41
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Indikator Kualitas Produk	42
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Indikator Harga	43
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> Dan <i>Composite Reliability</i>	44
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Loading Factor</i>	44
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i>	45
Tabel 4.8 Uji Validitas Diskriminan	45
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	46

Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi 46

Tabel 4.11 Uji Hipotesis 47



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1 Total Rata-Rata Harga Per Gram Produk Pasta Gigi	61
Lampiran 2 Penjualan Online Tokopedia Pasta Gigi Formula Di DKI Jakarta	65
Lampiran 3 Kuesioner	66
Lampiran 4 Data Responden Studi Pendahuluan	69
Lampiran 5 Hasil Olahan Data Studi Pendahuluan IBM SPSS Statistic	78
Lampiran 6 Data Responden Studi Aktual	81
Lampiran 7 Hasil Olahan Data Profil Responden Studi Aktual	108
Lampiran 8 Hasil Olahan Data Studi Aktual SmartPLS	110
Lampiran 9 Hasil Olahan Data Studi Aktual Excel	114