

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>1.5. Sistematika Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....	13
<b>2.1. Teori <i>Planned Behaviour</i></b> .....	13
<b>2.2. Teori Proses Keputusan Konsumen</b> .....	14
<b>2.3. Harga diskon (<i>Price</i>)</b> .....	24
<b>2.3.1. Tujuan Penetapan Harga Diskon</b> .....	28
<b>2.3.2. Faktor-faktor Penentu Harga Diskon</b> .....	28
<b>2.3.3. Indikator Harga Diskon</b> .....	29
<b>2.4. Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)</b> .....	30
<b>2.4.1. Tujuan Produk</b> .....	31
<b>2.4.2. Indikator Kualitas Produk</b> .....	32
<b>2.4.3. Dimensi Kualitas Produk</b> .....	33
<b>2.4.4. Perspektif Kualitas Produk</b> .....	35
<b>2.5. Citra Merek (<i>Brand image</i>)</b> .....	37
<b>2.5.1. Pengertian Citra Merek (<i>Brand image</i>)</b> .....	37
<b>2.5.2. Faktor Pembentuk Citra Merek (<i>Brand image</i>)</b> .....	38
<b>2.5.3. Manfaat Citra Merek (<i>Brand image</i>)</b> .....	38
<b>2.5.4. Indikator Citra Merek (<i>Brand image</i>)</b> .....	39
<b>2.6. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)</b> .....	40
<b>2.6.1. Pengertian Keputusan Pembelian</b> .....	40
<b>2.6.2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian</b> .....	40

2.6.3.	<b>Indikator Keputusan Pembelian.....</b>	41
2.7.	<b>Hubungan Antar Variabel dan Rumusan Hipotesis.....</b>	42
2.7.1.	<b>Hubungan Harga Diskon dengan Keputusan Pembelian.....</b>	43
2.7.2.	<b>Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....</b>	43
2.7.3.	<b>Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....</b>	44
2.8.	<b>Model Konseptual .....</b>	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		46
3.1.	<b>Metode Penelitian.....</b>	46
3.2.	<b>Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	46
3.2.1.	<b>Jenis Data.....</b>	46
3.2.2.	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	47
3.3.	<b>Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	47
3.3.1.	<b>Populasi Penelitian.....</b>	47
3.3.2.	<b>Sampel Penelitian.....</b>	48
3.4.	<b>Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	48
3.5.	<b>Ukuran Sampel.....</b>	50
3.6.	<b>Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....</b>	50
3.7.	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	54
3.7.1.	<b>Studi Pendahuluan.....</b>	54
3.7.1.1.1.	<b>Uji Reliabilitas.....</b>	54
3.7.1.1.2.	<b>Uji Validitas.....</b>	55
3.7.2.	<b>Statistik Deskriptif.....</b>	55
3.7.3.	<b>Statistik Inferensial.....</b>	55
3.8.	<b>Studi Pendahuluan.....</b>	56
3.8.1.	<b>Hasil Pengujian <i>Pre-test</i>.....</b>	57
3.8.2.	<b>Outer Loading (Indikator Reliability) .....</b>	58
3.8.3.	<b>Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....</b>	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		61
4.1.	<b>Profil Demografi Responden.....</b>	61
4.2.	<b>Hasil Uji Statistik Deskriptif.....</b>	63
4.2.1.	<b>Statistik Deskriptif Harga Diskon .....</b>	63
4.2.2.	<b>Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....</b>	64
4.2.3.	<b>Statistik Deskriptif Citra Merek.....</b>	65
4.2.4.	<b>Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....</b>	66

<b>4.3.</b>	<b>Hasil Uji Statistik Inferensial.....</b>	<b>66</b>
4.3.1.	<b>Uji Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>67</b>
4.3.1.1.	<b>Uji Reliabilitas.....</b>	<b>67</b>
4.3.1.2.	<b>Uji Validitas Konvergen.....</b>	<b>68</b>
4.3.1.3.	<b>Uji Validitas Diskriminan.....</b>	<b>70</b>
4.3.2.	<b>Uji Model Struktural (Inner Model).....</b>	<b>72</b>
4.3.2.1.	<b>Analisis R Square.....</b>	<b>73</b>
4.3.2.2.	<b>Analisis F Square.....</b>	<b>74</b>
4.3.2.3.	<b>Analisis Q-Square.....</b>	<b>75</b>
4.3.2.4.	<b>Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>76</b>
4.3.2.5.	<b>Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>77</b>
<b>4.4.</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>79</b>
4.4.1.	<b>Hipotesa 1: Pengaruh Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian ..</b>	<b>80</b>
4.4.2.	<b>Hipotesa 2: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian</b>	<b>81</b>
4.4.3.	<b>Hipotesa 3: Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>82</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
5.1.	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>85</b>
5.2.	<b>Implikasi Teoritis.....</b>	<b>85</b>
5.3.	<b>Implikasi Manajerial.....</b>	<b>87</b>
5.4.	<b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>88</b>
5.5.	<b>Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....</b>	<b>88</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	45
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.3 Uji Validitas Konvergen Harga Diskon .....	55
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	56
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	56
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4.2 Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	59
Table 4.4 Interval Pada Statistik Deskriptif .....	60
Table 4.5 Statistik Deskriptif Harga Diskon .....	60
Table 4.6 Statistik Deskriptif Kualitas Produk .....	61
Table 4.7 Statistik Deskriptif Citra Merek .....	61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Studi .....	64
Tabel 4.10 Uji Validitas Konvergen Harga Diskon.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i> .....	67
Table 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Fornel-Lakcer Criterion</i> .....	68
Table 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT) ...	68
Tabel 4.17 Hasil R-Square .....	70
Table 4.18 Hasil uji F-square .....	71
Tabel 4.19 Hasil uji Q-quare .....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas Tiap Indikator.....	73
Table 4.22 Hasil Uji Hipotesis .....	75
Tabel 5.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Terkini.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengiriman <i>Smartphone</i> Dunia .....	3
Gambar 1.2 Volume Penjualan <i>Smartphone</i> Global Berdasarkan Merek.....	3
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	23
Gambar 2.2 Model Konseptual .....	43
Gambar 3.1 Outer Model Studi Pendahuluan .....	54
Gambar 4.1 Model Struktural Aktual Tes.....	69
Gambar 4.2 Outer Model .....	74

