

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Citra Merek	8
2.1.1. Pengertian Citra Merek.....	8
2.1.2. Faktor yang membentuk Citra Merek.....	9
2.1.3. Manfaat Citra Merek	10
2.1.4. Indikator Citra Merek	11
2.2 Harga	12
2.2.1. Pengertian Harga	12
2.2.2. Jenis – Jenis Harga	14
2.2.3. Penetapan Harga	14
2.2.4. Indikator Harga.....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.3.2 Faktor Yang Membentuk Keputusan Pembelian.....	18
2.3.3 Keterlibatan Dalam Keputusan Pembelian.....	19
2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Konseptual	22
2.6 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24

3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Variabel Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel	26
3.4	Instrumen Penelitian.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Teknik Analisis Data	28
3.6.1.	Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	29
3.6.3	Uji Regresi Linear Berganda	31
3.6.4	Koefisien Korelasi (r)	32
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	32
3.6.6	Pengujian Hipotesis	33
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	35
3.7.1	Lokasi Penelitian	35
3.7.2	Jadwal Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.1.2	Visi dan Misi CV. Wery Group.....	37
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
4.1.4	Profil Responden	42
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	44
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	44
4.2.2	Pengolahan Angket.....	45
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	53
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	54
4.4	Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1	Uji Normalitas	55
4.4.2	Uji Multikolinearitas	56
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	56
4.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	58

4.6 Uji Hipotesis.....	58
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	58
4.6.2 Uji Simultan (Uji f)	59
4.6.3 Koefisien Korelasi (r)	60
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	61
4.7 Pembahasan.....	63
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group.	63
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group.	65
4.7.3 Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group.	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	27
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	32
Tabel 3. 3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	44
Tabel 4. 5 Tabulasi Data Responden Variabel X1	45
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Responden Variabel X2	47
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Responden Variabel Y	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas X1	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X2	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Y	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolineritas	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji f.....	60
<i>Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....</i>	<i>61</i>
Tabel 4. 19 Hubungan Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4. 20 Hubungan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi CV. Wery Group	38
Gambar 4. 2 Pola Scatterplot	57