

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
<i>Quotes and Motivation</i>	v
<i>Dedicated to My Beloved Family, Lecturers and Circle Friends</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Pembatasan Masalah.....	12
D. Perumusan Masalah.....	13
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II	
A. Deskripsi Konseptual.....	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. Harga.....	24

3. Promosi.....	35
4. Citra Merek.....	41
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	44
C. Kerangka Teoritik	47
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III.....	
A. Tujuan Penelitian.....	49
B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	49
C. Metode Penelitian.....	51
D. Metode Penentuan Populasi atau Sampel.....	54
E. Teknik Pengumpulan Data dan Operasionalisasi Penelitian.....	57
1. Teknik Pengumpulan Data.....	57
2. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	58
F. Pengukuran Variabel.....	61
G. Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV.....	
4.1. Deskripsi Unit Analisis / Observasi.....	66
1. Jenis Kelamin.....	66
2. Usia.....	67
3. Pekerjaan.....	68
4. Anggaran Membeli Obat.....	69

5.	Jangka Waktu Penggunaan Mylanta.....	70
6.	Jumlah Penggunaan Mylanta dalam Setahun.....	71
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	72
1.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
2.	Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi per Variabel.....	73
3.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas dan Reabilitas).....	75
a.	Validitas dan Reabilitas Variabel Harga.....	76
b.	Validitas dan Reabilitas Variabel Promosi.....	77
c.	Validitas dan Reabilitas Citra Merek.....	78
d.	Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian.....	79
4.	Analisis Kecocokan Model.....	80
5.	Kesimpulan Statistik Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	83
a.	Uji dan Analisis Kecocokan Model Struktural.....	83
BAB V.....		
5.1.	Kesimpulan.....	90
5.2.	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN.....		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
Tabel 1.1a	<i>Top Brand Award</i> Indonesia Mylanta 2012-2016	2
Tabel 1.1b	Hasil <i>Survey</i> Acak Pengguna Obat Sakit Maag di Jakarta.....	7
Tabel 1.1c	Harga Promag, Mylanta dan Polysilain	9
Tabel 1.1d	Studi Tentang Harga, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian oleh Pelanggan	10
Tabel 2.1	Referensi Jurnal Terdahulu Rujukan Penulis.....	45
Tabel 3.1	Jurnal-Jurnal Ilmiah yang Menjadi Rujukan Penulis.....	60
Tabel 3.2	Dimensi Indikator Penelitian.....	62
Tabel 3.3	Standar Kelayakan GOF (Uji Kelayakan Model).....	64
Tabel 4.1	Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi per Indikator Variabel.....	74
Tabel 4.2	Nilai Indikator Harga.....	76
Tabel 4.3	Nilai Indikator Promosi.....	77
Tabel 4.4	Nilai Indikator Citra Merek.....	78
Tabel 4.5	Nilai Indikator Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4.6	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	82
Tabel 4.7	Kesimpulan Uji Hipotesis.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
Gambar 1.1	<i>Vending Machine</i> Mylanta, Ramadhan 2015.....	4
Gambar 2.1	Model Lima Tahap Pembelian.....	19
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	47
Gambar 3.1	Model <i>Lisrel</i>	65
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	66
Gambar 4.2	Usia Responden.....	67
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden.....	68
Gambar 4.4	Anggaran Membeli Obat.....	69
Gambar 4.5	Jangka Waktu Penggunaan Mylanta.....	70
Gambar 4.6	Frekuensi Penggunaan Mylanta dalam 1 tahun.....	71
Gambar 4.7	Model <i>Lisrel</i> (Berdasarkan Kerangka Teoritik).....	75
Gambar 4.8	<i>t-value</i> Pengolahan Data dengan indikator.....	76
Gambar 4.9	<i>Stuructural Model Estimates</i> Pengolahan Data.....	78
Gambar 4.10	<i>Standardize Solution</i> Setelah Pengujian.....	85
Gambar 4.11	<i>t-value</i> Setelah Pengujian.....	85