

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	11
2.1 Deskripsi Konseptual.....	11
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	27
2.3 Matrix Jurnal.....	45
2.4 Kerangka Teoritik.....	46
2.5 Kerangka Pemikiran.....	49
2.6 Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1 Tujuan Penelitian.....	51
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	51
3.3 Metode Penelitian.....	52
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.5 Operasional Variabel.....	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Deskripsi Unit Analisis.....	70

4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	73
	BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Implikasi.....	106
5.3	Saran.....	109
	DAFTAR PUSTAKA.....	113
	KUISIONER.....	116
	LAMPIRAN.....	119

Daftar Gambar

Gambar I.1 <i>Kasus Variabel Harga</i>	3
Gambar I.2 <i>Kasus Variabel Kualitas Dan Citra Merek</i>	6
Gambar II.1 <i>Kerangka Pemikiran</i>	49
Gambar IV.1 <i>Model First Construct Harga</i>	89
Gambar IV.2.1 <i>Model First Construct Kualitas Produk</i>	90
Gambar IV.2.2 <i>Model First Construct Kualitas Produk</i>	91
Gambar IV.3.1 <i>Model First Construct Citra Merek</i>	92
Gambar IV.3.2 <i>Model First Construct Citra Merek</i>	93
Gambar IV.4 <i>Model First Construct Keputusan Pembelian</i>	94
Gambar IV.5.1 <i>Full Model SEM</i>	95
Gambar IV.5.2 <i>Full Model SEM</i>	96
Gambar IV.6 <i>T-values SEM</i>	100

Daftar Tabel

Tabel I.1 <i>Penjualan Laptop Tahun 2014-2015</i>	7
Tabel II.1 <i>Hasil Penelitian yang Relevan</i>	27
Tabel II.2 <i>Matrix Jurnal</i>	45
Tabel III.1 <i>Skala Pengukuran</i>	55
Tabel III.2 <i>Operasional Variabel</i>	55
Tabel IV.1 <i>Karakteristik Responden berdasarkan umur dan jenis kelamin</i>	70
Tabel IV.2 <i>Karakteristik Responden berdasarkan dmisili dan pekerjaan</i>	71
Tabel IV.3 <i>Deskripsi Variabel Harga</i>	73
Tabel IV.4 <i>Deskripsi Variabel Kualitas Produk</i>	75
Tabel IV.5 <i>Deskripsi Variabel Citra Merek</i>	77
Tabel IV.6 <i>Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian</i>	79
Tabel IV.7 <i>KMO Test Harga</i>	82
Tabel IV.8 <i>Loading Factor Variabel Harga</i>	82
Tabel IV.9 <i>KMO Test Kualitas Produk</i>	83
Tabel IV.10 <i>Loading Factor Variabel Kualitas Produk</i>	84
Tabel IV.11 <i>KMO Test Citra Merek</i>	85
Tabel IV.12 <i>Loading Factor Variabel Citra Merek</i>	86
Tabel IV.13 <i>KMO Test Keputusan Pembelian</i>	87
Tabel IV.14 <i>Loading Factor Variabel Keputusan Pembelian</i>	87
Tabel IV.15 <i>First Order Construct Variabel Harga</i>	89
Tabel IV.16 <i>First Order Construct Variabel Kualitas Produk</i>	91
Tabel IV.17 <i>First Order Construct Variabel Citra Merek</i>	93

Tabel IV.18 <i>First Order Construct Variabel Keputusan Pembelian</i>	94
Tabel IV.19 <i>First Construct Variabel Keputusan Pembelian</i>	96
Tabel IV.20 <i>Indikator Fit Model</i>	97
Tabel IV.21 <i>Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i>	99
Tabel IV.22 <i>Model Persamaan Structural</i>	100

Daftar Lampiran

Kuisiner	116
Lampiran 1 <i>Hasil Output Factor Analysis, Validitas dan Reliabilitas</i>	119
Lampiran 2 <i>Hasil Output Goodness Of Fit</i>	122
Lampiran 3 <i>Hasil Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i>	127
Lampiran 4 <i>Hasil Output Standardized Total Effect</i>	128
Biodata Penulis	129