

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Kajian Pustaka.....	17
1. Keputusan Pembelian	17
2. Citra Merek.....	29

3. Harga	37
4. Strategi Promosi	41
B. Penelitian Terdahulu.....	50
C. Kerangka Pemikiran	54
D. Hipotesis.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Metode Penelitian.....	59
B. Operasional Variabel	60
C. Populasi dan Sampel.....	64
1. Populasi	64
2. Sampel	64
D. Teknik Pengumpulan Data	66
E. Instrumen Penelitian	67
F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	77
G. Tempat dan Waktu Penelitian	83
1. Tempat Penelitian.....	83
2. Waktu Penelitian	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
A. Gambaran Umum	85
B. Identitas Responden.....	88

C. Hasil Penelitian.....	92
D. Pembahasan Hasil Penelitian	122
BAB V PENUTUP	130
A. Simpulan	130
B. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN-LAMPIRAN	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak.....	1
Gambar 1. 2 Peringkat Permintaan Produk Mie Instan di Dunia.....	3
Gambar 1. 3 Survei Konsumen Mie Instan Terkait Pengaruh Citra Merek.....	10
Gambar 1. 4 Survei Konsumen Mie Instan Terkait Pengaruh Harga	11
Gambar 1. 5 Survei Konsumen Mie Instan Terkait Pengaruh Strategi Promosi ..	12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4. 1 Logo Mie Instan Indomie	88
Gambar 4. 2 Outer Model Sebelum Outlier	106
Gambar 4. 3 Outer Model Setelah Outlier	107
Gambar 4. 4 Gambar Model Uji Bootstrapping.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	62
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen.....	68
Tabel 3. 3 Skor Jawaban Responden.....	72
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X1	73
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X2	73
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X3	73
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	74
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	76
Tabel 3. 9 Waktu Penelitian	83
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	89
Tabel 4. 3 Alamat/Domisili Responden	90
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	93
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga	96
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Strategi Promosi	99
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Beli	102
Tabel 4. 8 Outer Model Sebelum Outlier.....	105
Tabel 4. 9 Outer Model Setelah Outlier	108
Tabel 4. 10 Nilai Outer Loading	109
Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading Setelah Eliminasi	112
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	113

Tabel 4. 13 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	115
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	116
Tabel 4. 15 Uji R-Square	117
Tabel 4. 16 Uji F-Square	118
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis Berdasarkan Total Effects.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	140
Lampiran 2 Biodata Penulis	144
Lampiran 3 Lembar Revisi Seminar Proposal	146
Lampiran 4 Lembar Revisi Seminar Hasil Penelitian.....	147
Lampiran 5 Lembar Revisi Skripsi	148
Lampiran 6 SK Judul Skripsi	149
Lampiran 7 Jurnal Bimbingan Skripsi	150
Lampiran 8 Bukti SS Pengisian Kuesioner	152
Lampiran 9 Bukti Kehalalan Salah Satu Produk Indomie	152