

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Waktu Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Product Quality	11
2.1.1.1 Pengertian Product Quality	11
2.1.1.2 Indikator Product Quality	13
2.1.2 Brand Image.....	15
2.1.2.1 Pengertian Brand Image.....	15
2.1.2.2 Indikator Brand Image	17
2.1.3 Purchase Decision.....	18
2.1.3.1 Pengertian Purchase Decision.....	18

2.1.3.2 Indikator Purchase Decision	19
2.1.4 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.3 Hipotesis	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.2.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2.3.2 Populasi dan Sasaran Penelitian.....	36
3.2.3.3 Penentuan Sampel.....	36
3.2.3.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	38
3.2.4 Model Penelitian	39
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.2.5.1 Uji Validitas	40
3.2.5.2 Uji Reliabilitas	41
3.2.5.3 Analisis NJI.....	41
3.2.5.4 Analisis MSI	42
3.2.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.2.5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Karakteristik Responden	49
4.1.2 Analisis Validitas	51
4.1.3 Analisis Reliabilitas	53
4.1.4 Analisis Nilai Jenjang Interval (NJI)	54
4.1.5 Analisis Method of Successive Interval (MSI).....	56
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	57
4.1.6.2 Uji Linearitas Regresi	58

4.1.6.3 Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.6.4 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.1.6.5 Uji Autokorelasi.....	60
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.1.7.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	61
4.1.7.2 Koefisien Determinasi	62
4.1.7.3 Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	63
4.1.7.4 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	63
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh Product Quality terhadap Purchase Decision.....	64
4.2.2 Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Decision	66
4.3 Keterbatasan Penelitian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran bagi Perusahaan Samsung.....	68
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75