

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.3.1 Maksud Penelitian.....	14
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	15
1.4.2 Kegunaan Akademis	16
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	16
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	16
1.5.1 Waktu Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2 Harga	24
2.1.3 Citra Merek	30
2.1.4 Penelitian Terdahulu	35
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.2.1 Keterkaitan antar variabel	44
2.3 Hipotesis.....	46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	48
3.1 Objek Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.2.1 Desain Penelitian.....	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.2.3 Sumber dan Teknik Pengelompokkan Data	51
3.2.4 Teknik Pengelompokkan Data	51
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Hasil Penelitian	66
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.2 Visi, Misi dan Corporate Value	66
4.1.2.1 Visi	66
4.1.2.2 Misi	67
4.1.2.3 Corporate Value.....	67
4.1.3 Struktur Organisasi.....	67
4.1.4 Deskripsi Jabatan.....	68
4.2 Pembahasan Penelitian.....	71
4.2.1 Profil Responden.....	71
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	76
4.3 Analisis Verifikatif.....	95
4.3.1 Uji Convergent Validity.....	95
4.3.2 Uji Discriminat Validity.....	99
4.3.3 Hasil Uji Goodness of Fit.....	100
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis.....	102
4.3.4.1 Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Program Sertifikasi Digital Marketing.....	102
4.3.4.1.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	103
4.3.4.1.2 Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105

4.3.4.1.3Pengaruh Harga (X1) dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	107
4.4 Implementasi Strategis.....	108
4.4.1 Implementasi Strategis untuk Citra Merek.....	108
4.4.2 Implementasi Strategis untuk Keputusan Pembelian	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	117