DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi Masalah 7

1.3. Rumusan Masalah 7

1.4. Tujuan Penelitian 8

1.5. Manfaat Penelitian 8

1.6. Pembatasan Masalah 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 11

2.1. Kajian Pustaka 11

2.1.1. Kualitas Produk 13

2.1.1.1. Definisi Kualitas Produk 14

2.1.1.2. Perspektif Kualitas Produk 14

2.1.1.3. Indikator Kualitas Produk 16

2.1.2. Harga 18

2.1.2.1. Definisi Harga 18

2.1.2.2. Tujuan Penetapan Harga 20

2.1.2.3. Modifikasi Harga 20

2.1.2.4. Persepsi Harga 21
2.1.2.5. Indikator Harga 22
2.1.3. Kelompok acuan 25
2.1.3.1. Definisi kelompok acuan 25
2.1.3.2. Jenis-jenis Kelompok Acuan 26
2.1.3.3. Pengaruh Kelompok Acuan 28
2.1.3.4. Indikator Kelompok Acuan 29
2.1.4. Keputusan Pembelian 31
2.1.4.1. Definisi Keputusan Pembelian 31
2.1.4.2. Tujuan Pembelian 32
2.1.4.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 33
2.1.4.4. Indikator Keputusan Pembelian 37
2.1.5. Keterkaitan Kualitas Produk, Harga, Kelompok Acuan, dan Keputusan Pembelian 38
2.1.5.1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Harga 38
2.1.5.2. Keterkaitan Kualitas Produk Dengan Kelompok Acuan .. 39
2.1.5.3. Keterkaitan Harga Dengan Kelompok Acuan 39
2.1.5.4. Keterkaitan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian 40
2.1.5. 5. Keterkaitan Harga Dengan Keputusan Pembelian 41
2.1.5. 6. Keterkaitan Kelompok Acuan dengan Keputusan Pembelian 41
2.1.6. Penelitian Terdahulu 42
2.2. Kerangka Pemikiran 46
2.3. Hipotesis 48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 49
3.1. Objek Penelitian 49

3.2. Metode Penelitian Yang Digunakan 49
3.3. Alur Pembahasan 50
3.4. Operasionalisasi Variabel 52
3.5. Jenis Data dan Sumber Data 54
3.5.1. Jenis Data 54
3.5.2. Sumber Data 55
3.6. Teknik Pengumpulan Data 55
3.7. Populasi dan Sampel 56
3.7.1. Populasi 56
3.7.2. Sampel 59
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian 60
3.8.1. Uji Validitas (*Test of Validity*) 60
3.8.2. Uji Reliabilitas 63
3.9. Uji Method Of Successive Interval 66
3.10. Metode Pengujian Data 68
3.10.1. Analisis Data Deskriptif 70
3.10.2. Analisis Data Verifikatif 73
3.10.2.1. Diagram Jalur dan Persamaan Struktural 75
3.10.2.2. Pengujian Hipotesis 75
3.10.2.3. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung Dan Total Pengaruh 76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76
4.1. Hasil Penelitian 76
4.1.1. Sejarah Perusahaan 76
4.1.2. Visi Dan Misi 77
4.1.3. Struktur Organisasi 79
4.1.4. Karakteristik Responden 85

4.2. Pembahasan 88
4.2.1. Analisis Deskriptif 88
4.2.1.1. Variabel Kelompok Kualitas Produk 88
4.2.1.2. Variabel Harga 91
4.2.1.3. Variabel Acuan 85
4.2.1.4. Variabel Keputusan Pembelian 98
4.2.2. Analisis Verifikatif 102
4.2.2.1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Harga 104
4.2.2.2. Besarnya Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kelompok Acuan (Sub Struktur 1) 104
4.2.2.3. Besarnya Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Sub Struktur 2) 105
4.2.3. Uji Hipotesis 106
4.2.4. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh 111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 116
5.1. Kesimpulan 116
5.2. Saran 120
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN