DAFTAR ISI

MOTTO ..... **i**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **ii**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
TANDA PENGESAHAN ..... **iv**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **v**
RINGKASAN ..... **vi**
SUMMARY ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR/BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian 4
D. Kontribusi Penelitian 4
E. Sistematika Pembahasan 5

BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**
A. Penelitian Terdahulu 7
B. Bauran Pemasaran 11
1. Produk 12
2. Harga 20
3. Distribusi 23
4. Promosi 27
C. Ekuitas Merek 32
1. Pengertian Ekuitas Merek 32
2. Konsep Ekuitas Merek 32
3. Peran ekuitas Merek 33
D. Persepsi Kualitas 33
1. Persepsi 33
2. Kualitas 36
3. Pengertian Persepsi Kualitas 38
4. Keuntungan Persepsi Kualitas 38
5. Membangun Persepsi Kualitas yang Kuat 39
E. Perilaku Konsumen 39
1. Pendekatan Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen 40

2. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen 40
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 41
F. Keputusan Pembelian 42
1. Peran Pembelian 43
2. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian 43
3. Struktur Keputusan Pembelian 46
G. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Persepsi Kualitas 46
H. Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian 47
I. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian 47
J. Pemetaan Penelitian Terdahulu 48
K. Model Konsep dan Hipotesisi Penelitian 49
1. Model Konsep 49
2. Model Hipotesis 50

BAB III METODE PENELITIAN 52
A. Jenis Penelitian 52
B. Lokasi Penelitian 52
C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, Skala Pengukuran 53
1. Konsep 53
2. Variabel 54
3. Definisi Operasional 54
4. Skala Pengukuran 56
D. Populasi dan Sampel 57
1. Populasi 57
2. Sampel 57
3. Teknik Pengambilan Sampel 59
E. Teknik Pengumpulan Data 59
1. Sumber Data 59
2. Metode Pengumpulan Data 59
3 Instrumen Penelitian 60
F. Validitas dan Reliabilitas 60
1. Uji Validitas 60
2. Uji Reliabilitas 60
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 61
G. Analisis Data 65
1. Analisis Deskriptif 65
2. Analisis Jalur (*Path Analysis*) 66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70
A. Penyajian Data 70
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 70
2. Gambaran Umum Responden 72
a. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin 72
b. Distribusi Frekuensi Usia 73
c. Distribusi Frekuensi Lama Pemakaian Produk 73
d. Distribusi Frekuensi Uang Saku 74
e. Distribusi Frekuensi Domisili di Malang 75

f. Distribusi Frekuensi Ukuran Produk 76
3. Distribusi Frekuensi Variabel 76
a. Bauran Pemasaran 76
1). Distribusi Frekuensi Variabel Produk..... 77
2). Distribusi Frekuensi Variabel Harga 80
3). Distribusi Frekuensi Variabel Distribusi 82
4). Distribusi Frekuensi Variabel Promosi..... 83
b. Persepsi Kualitas 86
Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas Produk 90
c. Keputusan Pembelian 88
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Produk..... 91
B. Analisis dan Interpretasi data..... 91
C. Pembahasan..... 101

BAB V PENUTUP 105
A. Kesimpulan..... 105
B. Saran..... 105

DAFTAR PUSTAKA 107

LAMPIRAN