

## DAFTAR ISI

<b>Halaman</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Bagi Praktis .....	11
1.4.2 Bagi Akademis.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2 <i>Brand Image</i> .....	17
2.2.1 Indikator <i>Brand Image</i> .....	18
2.3 Kualitas Produk .....	18
2.3.1 Pertimbangan Dalam Memilih Kualitas Produk .....	19
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.4 Harga .....	23
2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....	24
2.4.2 Indikator Harga.....	25
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
2.6 Kerangka Pemikiran.....	29
2.7 Model Penelitian .....	30
2.8 Hipotesis.....	30
2.8.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>brand image</i> .....	30
2.8.2 Pengaruh Harga terhadap <i>brand image</i> .....	31

2.8.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian .....	31
2.8.4 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian.....	32
2.8.5 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap keputusan pembelian .....	32
2.8.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian dengan <i>brand image</i> sebagai variabel intervening.....	33
2.8.7 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian dengan <i>brand image</i> sebagai variabel intervening .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Sumber Data .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Variabel Penelitian .....	37
3.5.1 Variabel Eksogen .....	37
3.5.2 Variabel Intervening.....	38
3.5.3 Variabel Endogen.....	38
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1 Analisis SEM.....	39
3.8 Model Pengukuran (Outer Model).....	40
3.8.1 Uji Validitas Konstruk.....	40
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.9 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	41
3.9.1. Uji R-Square .....	41
3.9.2. Uji Kelayakan Model ( <i>Model Fit</i> ) .....	41
3.9.3. Uji Hipotesis .....	46
 DAFTAR PUSTAKA.....	 49

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Motor PCX tahun 2020-2023.....	3
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> Indonesia 2020-2023.....	4
Tabel 1.3 Spesifikasi Motor Honda PCX.....	6
Tabel 1.4 Daftar harga Honda PCX.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Indikator <i>Indeks Goodness Of Fit Model</i> Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Resonden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Frekuensi Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi <i>Brand Image</i> .....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Frekuensi Harga.....	56
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity</i> (uji validitas konvergen).....	59
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	60
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i> .....	61
Tabel 4.12 <i>Cronbach Alpha</i> .....	61
Tabel 4.13 Analisis R2.....	62
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient (Direct Effect)</i> .....	64
Tabel 4.15 Uji Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian konsumen.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	30
Gambar 3.1 Diagram Persamaan Model Struktural <i>Full</i> atau <i>Hybrid</i> .....	49
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> .....	57
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> .....	58