

# DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	2
1.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan .....	2
1.1.4 Produk Roughneck 1991.....	2
1.2 Latar Belakang .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	16
4.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Harga ( <i>Price</i> ).....	18
4.1.3 Minat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	19
2.2 Hubungan Antara Variabel .....	20
2.2.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap kualitas produk.....	20
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Harga.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu .....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	33
2.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	35
3.2.1 Variabel Operasional .....	35
3.3 Skala Pengukuran.....	39
3.4 Tahap Penelitian .....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41

3.5.2	Sampel.....	41
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6.1	Data Primer .....	43
3.6.2	Data Sekunder .....	44
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.7.1	Uji Validitas.....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data .....	48
3.7.2	Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Squares (PLS).....	49
3.7.3	Measurement Model ( <i>Outer Model</i> ).....	50
3.7.4	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	52
3.7.5	Uji Hipotesis.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	54
4.2	Hasil Penelitian .....	56
4.2.2	Analisis Structural Equation Model – Partial Least Square (PLS).....	68
4.2.3	Hasil Pengukuran Model (Inner Model) .....	73
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.3.1	Pembahasan Hasil Variabel Penelitian .....	80
4.3.2	Pengaruh Brand Image terhadap Price .....	81
4.3.3	Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention .....	81
4.3.4	Pengaruh Price terhadap Purchase Intention .....	82
4.3.5	Pengaruh Quality Product terhadap Price .....	82
4.3.6	Pengaruh Quality Product terhadap Purchase Intention .....	82
4.3.7	Pengaruh Brand Image dan Quality Product terhadap Price dimediasi Purchase Intention.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>83</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>		<b>83</b>
<b>5.2 Saran .....</b>		<b>83</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>