

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Citra Merek.....	13
2.1.4 Dimensi Citra Merek	14
2.1.5 Promosi.....	15
2.1.6 Dimensi Promosi.....	16
2.1.7 Keputusan Pembelian	19

2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	22
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Hubungan Citra Merek dan Keputusan Pembelian	24
2.3.3 Hubungan Promosi dan Keputusan Pembelian	24
2.4 Hipotesis	25
2.5 Model Penelitian.....	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Riset.....	26
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4 Unit Analisis	30
3.5 Definisi Operasional Variabel	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	36
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskriptif Data/Karakteristik Responden.....	39
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.3 Responden Berdasarkan Fakultas	40
4.1.4 Responden Berdasarkan Angkatan.....	41
4.1.5 Responden Berdasarkan Lama menggunakan produk-produk Hijab Alila.....	41
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.2.1 Uji Validitas.....	42
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.3 Analisis Statistik	45
4.3.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45

4.3.2 Uji F.....	47
4.3.3 Uji t.....	48
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.4 Analisis Faktor Dominan.....	50
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2) Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.5.3 Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pem- belian (Y).....	52
4.5.4 Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.5.5 Promosi (X_3) sebagai Faktor Dominan terhadap Keputu- san Pembelian (Y).....	53
4.6 Temuan Penelitian.....	53
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	57
5.3 Implikasi Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	65