

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	7
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	7
ABSTRAK.....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GAMBAR.....	14
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Batasan Masalah	21
1.4 Rumusan Masalah.....	22
1.5 Tujuan Penelitian	22
1.6 Manfaat Penelitian	22
BAB II.....	23
LANDASAN TEORI.....	23
2.1 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	23
2.1.2 Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.2 Keputusan Pembelian.....	25
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian	26
2.2.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	27
2.3.1 Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	27
2.3.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28

2.3.3	Dimensi dan Indikator Citra Merek (Brand Image)	28
2.4	Harga.....	30
2.4.1	Definisi Harga.....	30
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	30
2.4.3	Dimensi dan Indikator Harga.....	31
2.5	Kualitas Produk.....	31
2.5.1	Definisi Kualitas Produk.....	31
2.5.2	Dimensi Kualiatas Produk	32
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.7	Hubungan Antar Variabel	39
2.7.1	Hubungan Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	39
2.7.2	Hubungan Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	39
2.7.3	Hubungan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	39
2.7.4	Hubungan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	39
2.7.5	Kualitas Produk (X3) Merupakan Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y)	40
2.8	Hipotesis	40
2.9	Model Penelitian`	41
BAB III		42
METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Desain Penelitian	42
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.1	Jenis Data	42
3.2.2	Sumber Data.....	43
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	44
3.4	Unit Analisis	44
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Uji Validitas	48

3.6.2 Uji Reliabilitas	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.5 Uji Multikolinieritas.....	50
3.6.6 Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.6.7 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.6.8 Uji Simultan (Uji F)	51
3.6.9 Uji Parsial (Uji t).....	52
3.6.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Karakteristik Responden.....	54
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.2 Uji Analisis Data.....	55
4.2.1 Uji Validitas	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	59
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.3.1 Uji Normalitas.....	59
4.3.2 Uji Multikolinearitas	60
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.4 Uji Hipotesis	62
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.4.2 Uji F	62
4.4.3 Uji t	63
4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
BAB V	66
PEMBAHASAN.....	66
5.1 Pembahasan Hasil Penelitan	66
5.1.1 Pengaruh Citra Merek (X_1), Harga (X_2), Kualitas Produk (X_3), Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	66
5.1.2 Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	66

5.1.3	Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
5.1.4	Pengaruh Kualitas Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
5.1.5	Pengaruh Harga Lebih Dominan Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
5.2	Temuan Penelitian	68
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	68
BAB VI	69
PENUTUP	69
6.1	Kesimpulan	69
6.2	Saran	69
6.3	Implikasi Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran 1	74
Lampiran 2	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penghargaan yang Pernah Diraih Sophie Paris.....	13
Tabel 1.2 Produk Tas Wanita dalam <i>Top Brand Index</i> Tahun 2018-2020.....	14
Tabel 1.3 Harga Tas Sophie Paris dengan Pesaing.....	15
Tabel 1.4 Komentar Konsumen tentang Kualitas Tas Sophie Paris.....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
<i>Tabel 3. 1 Skala Likert</i>	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.3 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	43
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk tas Sophie Paris.....16

Gambar 2.1 Model Penelitian.....38

Gambar 4.1 Grafik Normal Plot P-P.....57

Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....58