

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN/ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Citra Merek	6
2.1.1.1. Pengertian Citra Merek	6
2.1.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	6
2.1.1.3. Indikator Citra Merek	7
2.1.2. Kualitas Produk	9
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.2.2. Tingkatan Produk	9
2.1.2.3. Indikator Kualitas Produk	10
2.1.3. Harga	11
2.1.3.1. Pengertian Harga	11
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga	11
2.1.3.3. Indikator Harga	12
2.1.4. Promosi	13
2.1.4.1. Pengertian Promosi	13
2.1.4.2. Tujuan Promosi	14
2.1.4.3. Indikator Promosi	14
2.1.5. Keputusan Pembelian	16

2.1.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.5.2.	Tahap-tahap dalam Keputusan Pembelian	16
2.1.5.3.	Indikator Keputusan Pembelian	18
2.1.5.4.	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	19
2.2.	Penelitian Terdahulu	20
2.3.	Kerangka Berpikir	23
2.4.	Hipotesis	23
BAB III	METODE PENELITIAN	24
3.1.	Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	24
3.2.	Jenis dan Sumber Data	24
3.3.	Populasi dan Sampel	25
3.4.	Metode Pengumpulan Data	26
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.6.	Metode Analisis Data	28
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2.	Hasil Penelitian	35
4.2.1.	Karakteristik Responden	35
4.2.2.	Identifikasi Variabel Penelitian	37
4.2.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.3.1.	Hasil Uji Validitas.....	44
4.2.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.2.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.2.4.1.	Uji Normalitas	47
4.2.4.2.	Uji Multikolinieritas	48
4.2.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.3.	Pembahasan	50
4.3.1.	Uji Regresi Linier Berganda	50
4.3.2.	Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.3.3.	Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	52
4.3.4.	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1.	Kesimpulan	55
5.2.	Saran	56
	DAFTAR PUSTAKA	57
	LAMPIRAN	59
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Asal Kampus	36
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Penggunaan Sepatu Specs	36
Tabel 4.4	Tanggapan Responden pada Variabel Citra Merek	37
Tabel 4.5	Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Produk	38
Tabel 4.6	Tanggapan Responden pada Variabel Harga	40
Tabel 4.7	Tanggapan Responden pada Variabel Promosi	41
Tabel 4.8	Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	44
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	45
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_4)	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.15	Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	48
Tabel 4.16	Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.17	Analisis Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.18	Uji F	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1 Normal Probability Plot	47
Gambar 4.2 Grafik Histogram	48
Gambar 4.3 Scatter Plot	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Awal	59
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 3 Skor Kuesioner	63
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda	66
Lampiran 5 Dokumentasi	70