

Daftar Isi

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINILITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Pendukung	12
1. Keputusan pembelian.....	12
2. Kualitas produk.....	15
3. Citra merek	18
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	20

1.	Kerangka teori	20
2.	Kerangka konseptual	21
3.	Pengembangan hipotesis.....	22
2.3	Penelitian Terdahulu	22
BAB 3	32
METODE PENELITIAN	32
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	32
1.	Waktu penelitian.....	32
2.	Tempat penelitian	32
3.2	Desain Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
1.	Populasi	33
2.	Sampel	33
3.4	Pengembangan Instrumen	35
1.	Kualitas produk (X_1).....	35
2.	Citra merek (X_2)	40
3.	Keputusan pembelian (Y).....	44
3.1	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2	Teknik Analisis Data.....	48
1.	Uji persyaratan analisis.....	48
2.	Persamaan regresi linear sederhana	49
3.	Uji signifikansi parsial (Uji t).....	50
4.	Analisis korelasi <i>Pearson</i>	50
5.	Perhitungan koefisiensi determinasi.....	51
BAB 4	53

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Data	53
1. Profil responden.....	53
2. Profil data.....	56
4.2 Analisis Data	68
1. Uji persyaratan analisis.....	68
2. Persamaan regresi linear sederhana	72
3. Uji signifikansi parsial (uji t).....	74
4. Analisis korelasi pearson	75
5. Perhitungan koefisien determinasi (R^2).....	76
4.1 Pembahasan	78
1. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian	78
2. Citra merek terhadap keputusan pembelian.....	79
BAB 5	81
PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi.....	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	82
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95
Daftar Riwayat Hidup Peneliti	135

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 <i>Ecommerce Spend by Category</i>	3
Gambar 1. 2 Lokasi toko Uniqlo di Jakarta	5
Gambar 1. 3 <i>Asia's Top Brand</i> 1000 pada tahun 2020	6
Gambar 1. 4 Perubahan data pembelian produk Uniqlo berdasarkan citra merek..	8
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Grafik histogram kualitas produk.....	59
Gambar 4. 3 Grafik histogram citra merek	63
Gambar 4. 4 Grafik histogram keputusan pembelian	67
Gambar 4. 5 Pengujian normalitas pada X_1 terhadap Y	70
Gambar 4. 6 Pengujian normalitas pada X_2 terhadap Y	70

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Tabel indikator keputusan pembelian	14
Tabel 2. 2 Tabel indikator kualitas produk	16
Tabel 2. 3 Tabel indikator citra merek	19
Tabel 2. 4 Tabel penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Kisi-kisi instrumen kualitas produk.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	37
Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen citra merek.....	40
Tabel 3. 4 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 5 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian.....	45
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	45
Tabel 3. 7 Tabel koefisien korelasi pearson.....	51
Tabel 4. 1 Sebaran wilayah domisili responden.....	53
Tabel 4. 2 Sebaran jenis kelamin responden.....	54
Tabel 4. 3 Sebaran usia responden.....	54
Tabel 4. 4 Sebaran status pekerjaan responden	55
Tabel 4. 5 Data deskriptif kualitas produk.....	57
Tabel 4. 6 Tabel distribusi frekuensi variabel kualitas produk.....	58
Tabel 4. 7 Tabel indikator variabel kualitas produk	59
Tabel 4. 8 Data deskriptif citra merek.....	61
Tabel 4. 9 Tabel distribusi frekuensi citra merek.....	62
Tabel 4. 10 Tabel indikator variabel citra merek.....	63
Tabel 4. 11 Data deskriptif keputusan pembelian.....	65

Tabel 4. 12 Tabel distribusi frekuensi keputusan pembelian.....	66
Tabel 4. 13 Tabel indikator variabel keputusan pembelian	67
Tabel 4. 14 Uji normalitas	69
Tabel 4. 15 Pengujian linearitas pada variabel X_1	71
Tabel 4. 16 Pengujian linearitas pada variabel X_2	72
Tabel 4. 17 Persamaan regresi linear sederhana X_1 terhadap Y	72
Tabel 4. 18 Persamaan regresi linear sederhana X_2 terhadap Y	73
Tabel 4. 19 Pengujian parsial variabel X_1 dan X_2 terhadap Y	74
Tabel 4. 20 Hasil analisis korelasi pearson.....	76
Tabel 4. 21 Perhitungan koefisien determinasi pada X_1 terhadap Y	77
Tabel 4. 22 Perhitungan koefisien determinasi pada X_2 terhadap Y.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Lembar saran dan Perbaikan Skripsi	95
Lampiran 2 – Kartu Konsultasi dengan Dosen Pembimbing.....	96
Lampiran 3 - Kuesioner Awal.....	97
Lampiran 4 – Uji Coba Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas pada Uji Coba Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 6 – Hasil Uji Reliabilitas pada Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 7 – Final Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 8 – Hasil Uji Validitas Pada Kuesioner Penelitian Final.....	115
Lampiran 9 – Deskripsi Data Kualitas Produk (X_1)	124
Lampiran 10 – Deskripsi Data Variabel Citra Merek (X_2)	125
Lampiran 11 – Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	126
Lampiran 12 – Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	127
Lampiran 13 – Hasil Uji Linearitas	128
Lampiran 14 – Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	129
Lampiran 15 – Hasil Uji t	130
Lampiran 16 – Hasil Analisis Korelasi Pearson	131
Lampiran 17 – Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	132
Lampiran 18 – Nilai r_{tabel}	133
Lampiran 19 – Tabel Distribusi t	134