

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teoritis	15
2.1.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Kualitas Produk	20
2.1.3 <i>Brand Image</i>	30
2.1.4 Tren Mode	35
2.2 Penelitian yang Relevan	42
2.3 Kerangka Berpikir	45
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	46
2.3.3 Perbandingan <i>Trend Mode</i> terhadap Keputusan Pembelian	46

2.4 Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	49
3.3 Populasi Dan Sampel	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Operasional Variabel	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Data Primer	53
3.5.2 Data Sekunder.....	54
3.6 Uji Instrumen Penelitian	55
3.6.1 Uji Validitas.....	55
3.6.2 Uji Reabilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.2 Uji Normalitas.....	56
3.7.3 Uji Heteroskedastitas.....	56
3.7.4 Uji Multikolonieritas.....	57
3.8 Analisis Deskriptif	57
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.9 Uji Hipotesis	58
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	59
3.9.2 Uji Simultan (Uji f).....	59
3.9.3 Koefisiensi Determinasi (R^2).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Profil Usaha	61
4.2 Karakteristik Responden.....	62

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	66
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	67
4.3.3 Deskripsi Variabel Tren Mode	68
4.4 Hasil Pengujian dan Hasil Analisis.....	69
4.4.1 Hasil Uji Instrumen.....	69
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	77
4.5 Pembahasan Penelitian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	93

THE
Character Building
 UNIVERSITY