

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .	13
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.5 Pengaruh Desain Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.2 Desain Produk	18
2.2.1 Pengertian Desain Produk	18
2.2.2 Fungsi Desain Produk	20
2.2.3 Parameter Desain Produk.....	20
2.2.4 Indikator Desain Produk	23
2.2.5 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3 <i>Brand Image</i>	24
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	24
2.3.2 Faktor-faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	25
2.3.3 Manfaat <i>Brand Image</i>	26
2.3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	28
2.3.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4 Penelitian Terdahulu	29
2.5 Kerangka Konseptual	31
2.5.1 Desain Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.5.2 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.5.3 Desain Produk dan <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap	

Keputusan Pembelian.....	33
2.6 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	39
3.7.2 Evaluasi Model Struktural.....	41
3.7.3 Evaluasi Kecocokan dan Kebaikan Model.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Demografi Responden Penelitian.....	43
4.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	46
4.1.3 Deskripsi Variabel Desain Produk.....	47
4.1.4 Deskripsi Variabel Brand Image.....	50
4.1.5 Deskripsi Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	54
4.2 Hasil Analisis Model Pengukuran.....	57
4.2.1 Hasil Uji Convergent Validity.....	57
4.2.2 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	59
4.2.3 Hasil Uji Discriminant Validity.....	60
4.2.4 Hasil Uji Composite Reliability.....	62
4.3 Hasil Analisis Model Struktural.....	64
4.3.1 Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.3.2 Hasil Uji Rsquare.....	66
4.3.3 Hasil Uji Effect Size (f^2).....	66
4.3.4 Hasil Uji Predictive Relevance (q^2).....	67
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	83