

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2.Keputusan Pembelian.....	15
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15

2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.3 Brand Image	18
2.3.1 Dimensi Brand Image	19
2.3.2 Indikator Brand Image	20
2.3.3 Hubungan antara Brand Image dan Keputusan Pembelian	20
2.4 Atribut Produk	21
2.4.1 Pengertian Atribut Produk	21
2.4.2 Unsur dan Komponen Atribut Produk	22
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Kerangka Pemikiran	26
2.7 Hipotesis Penelitian	27
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.3.1 Kuesioner	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	30
3.4.3 Teknik Sampling	31
3.5 Variabel Penelitian	32

3.5.1 Variabel Bebas (Independent).....	32
3.5.2 Variabel Terikat (Dependent).....	32
3.5.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6 Uji Persyaratan Instumental.....	35
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7 Uji Persyaratan Analisis Data.....	39
3.7.1. Uji Normalitas Data.....	39
3.7.2 Uji Linearitas.....	40
3.7.3 Uji Multikoliniear	40
3.8 Metode Analisis Data.....	41
3.8.1 Teknik Analisa Data	41
3.8.2 Analisis Deskriptif.....	41
3.8.3 Analisis Kuantitatif.....	41
3.8.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3.9 Pengujian Hipotesis.....	42
3.9.1 Uji t.....	42
3.9..2 Uji F	44
3.9.3 Nilai Koefisien Determinasi	44
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif	45
4.1.1 Karakteristik Responden.....	45

4.1.1.1 Jenis Kelamin	45
4.1.1.2 Usia	46
4.1.1.3 Pendapatan.....	46
4.1.1.4 Frekuensi Pembelian	46
4.1.2 Analisis Variabel Penelitian.....	47
4.1.2.1 Brand Image	47
4.1.2.2 Atribut Produk	48
4.1.2.3 Keputusan Pembelian.....	50
4.2 Analisis Kuantitatif	52
4.2.1 Analisis Regresi Berganda.....	56
4.2.2 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	56
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis	58
4.3 Pembahasan	59
4.3.1 Brand Image dan Atribut Produk	59
4.3.2 Brand Image berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.3 Atribut Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN