

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN .....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1) Latar Belakang.....	1
2) Rumusan Masalah.....	4
3) Tujuan Penelitian.....	4
4) Manfaat Penelitian.....	4
5) Batasan Masalah .....	5
BAB II TINJAUAN TEORI .....	6
2.1. Tinjauan Empiris .....	6
2.2. Tinjauan Teoritis .....	33
2.2.1. Pemasaran .....	33
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	33
2.2.3. Brand Image.....	34
2.2.4. Brand Trust.....	35
2.2.5. Harga.....	35
2.2.6. Keputusan Pembelian .....	37
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	41
2.3.1. Hubungan Antara Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	41

2.3.2. Hubungan Antara Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.3.3. Hubungan Antara Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.3.4. Hubungan Antara Brand Image, Brand Trust dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.4. Kerangka Konsep Penelitian .....	44
2.5. Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	46
3.2. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian .....	46
3.3. Populasi dan Sampel .....	46
3.3.1. Pouplasi .....	46
3.3.2. Sampel .....	46
3.4. Variabel Penelitian.....	48
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	48
3.5.1. Jenis Data .....	48
3.5.2. Sumber Data .....	49
3.6. Definisi Operasional Penelitian.....	49
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.8. Jenis Skala Pengukuran.....	52
3.9. Teknik Analisis Data.....	53
3.9.1. Uji Validitas dan Reabilitas .....	53
3.9.2. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9.3. Uji Hipotesis .....	54
3.9.4. Analisis Regresi Berganda .....	55
3.9.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	56

<b>4.2. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.1. Profil Responden.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.2. Profil Jawaban Responden .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>62</b>
<b>4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas .....</b>	<b>62</b>
<b>4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>64</b>
<b>4.3.4. Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>69</b>
<b>4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>72</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>75</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 1.....</b>	<b>80</b>
<b>Lampiran 2.....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran 3.....</b>	<b>84</b>
<b>Lampiran 4.....</b>	<b>85</b>
<b>Lampiran 5.....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran 6.....</b>	<b>89</b>
<b>Lampiran 7.....</b>	<b>96</b>
<b>Lampiran 8.....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran 9.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1. Matrik Penelitian Terdahulu.....	11
Table 2. Definisi Operasional Variabel .....	50
Table 3. Skala Likert .....	52
Table 4. Identitas Jenis Kelamin Responden .....	57
Table 5. Identitas Usia Responden .....	58
Table 6. Interpretasi Jawaban Rata-Rata Responden .....	58
Table 7. Distribusi Frekuensi item Brand Image (X1).....	59
Table 8. Distribusi Frekuensi item Brand Trust (X2).....	59
Table 9. Distribusi Frekuensi item Harga (X3).....	60
Table 10. Distribusi Frekuensi item Keputusan Pembelian (Y) .....	61
Table 11. Hasil Uji Validitas .....	62
Table 12. Hasil Uji Reabilitas .....	64
Table 13. Hasil Uji Normalitas Data .....	65
Table 14. Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Table 15. Hasil Uji Spearman Rho .....	67
Table 16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	68
Table 17. Hasil Uji T .....	69
Table 18. Hasil Uji T .....	70
Table 19. Hasil Uji F .....	71
Table 20. Hasil Uji Determinasi.....	72

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian.....44**

