

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	7
F. Penegasan Istilah .....	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	10

## **BAB II : PENDAHULUAN**

<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>11</b>
<b>A. Teori UMKM.....</b>	<b>11</b>
<b>B. Teori <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>12</b>
1. Definisi <i>Brand Image</i> .....	12
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	13
3. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> .....	13
<b>C. Teori <i>Brand Awareness</i> .....</b>	<b>16</b>
1. Definisi <i>Brand Awareness</i> .....	16
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i> .....	17
3. Dimensi dan Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	18
<b>D. Keputusan Pembelian .....</b>	<b>21</b>
1. Definisi Keputusan Pembelian .....	21
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	25
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>30</b>
<b>C. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>35</b>
<b>D. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>36</b>

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

<b>A. Jenis Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>B. Tempat dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>39</b>

<b>D. Jenis Data dan Sumber Data.....</b>	<b>41</b>
<b>E. Batasan Operasional Variabel .....</b>	<b>42</b>
<b>F. Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>43</b>
<b>G. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>H. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
2. Uji Asumsi Klasik .....	47
3. Uji Hipotesis .....	49

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

<b>A. Hasil Kuesioner Responden .....</b>	<b>53</b>
<b>B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>57</b>
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
2. Uji Asumsi Klasik .....	60
3. Uji Hipotesis .....	65

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

<b>A. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Susu Mak Tam Cabang Prambon .....</b>	<b>73</b>
<b>B. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Susu Mak Tam Cabang Prambon .....</b>	<b>74</b>

<b>C. Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Awareness</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Susu Mak Tam Cabang Prambon .....</b>	<b>75</b>
--	-----------

**BAB VI : PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>78</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>79</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>
--------------------------------	-----------

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Linieritas .....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji T Parsial .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji F Simultan .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1. Grafik Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
Gambar 4.2. Grafik Frekuensi Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	55
Gambar 4.2. Grafik Frekuensi Variabel Keputusan pembelian .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	: Tabel r.....	84
Lampiran 2	: Tabel t.....	85
Lampiran 3	: Tabel f.....	86
Lampiran 4	: Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 5	: Hasil Angket Jawaban Responden .....	80
Lampiran 6	: Hasil Uji Validitas Data .....	93
Lampiran 7	: Daftar Riwayat Hidup .....	95
Lampiran 8	: Lembar Kendali Bimbingan.....	96