

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
1. Secara Teoritis	6
2. Secara Praktis	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
G. Penegasan Istilah	8
1. Definisi Konseptual	8
2. Definisi Oprasional	9

H. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Krangka Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	17
3. Merek	25
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	28
5. Kualitas Produk	30
6. Harga.....	32
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Koseptual.....	49
D. Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	51
1. Pendekatan Penelitian	51
2. Jenis Penelitian	51
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampling.....	52
3. Sampel Penelitian	53
C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran.....	54
1. Sumber Data	54
2. Variabel Penelitian	56
3 Skala Pengukuran	57
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumem Penelitian.....	58
1. Teknik Pengumpulan Data	58
2. Instumen Penelitian.....	58
E. Teknik Analisis Data.....	62
1 Uji Analisis deskriptif	62
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62

3. Uji Asumsi Klasik	63
4. Uji Analisis Regresi Berganda.....	65
5. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	68
A. Gambaran Umum Mixue	68
B. Deskripsi Hasil Penelitian	69
C. Karakteristik Responden	70
D. Deskripsi Variabel.....	73
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	76
1 Uji Validitas	76
2 Uji Reliabilitas	78
F. Uji Asumsi Klasik.....	79
1 Uji Normalitas	79
2 Uji Multikolinieritas.....	81
3 Uji Heterokedastisitas	83
G. Analisis Regresi Linier Berganda	84
H. Uji Hipotesis.....	86
1 Uji T	86
2 Uji F	89
3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
BAB V PEMBAHASAN	92
A. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue	92
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue	94
C. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue ...	95
D. Pengaruh Variabel (X) Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.....	97

BAB VI PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	