

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR KEASLIAN PENULISAN.....	v
LEMBAR KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Kegunaan Penelitian.....	18
F. Definisi Operasional.....	19
G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	19
H. Sistematika Penulisan	24
BAB II LANDASAN TEORI	26
A. Perilaku Konsumen	26
B. Keputusan Pembelian.....	29
C. <i>Brand Image</i>	33

D. <i>Brand Awareness</i>	35
E. Desain Produk	38
F. Promosi	41
G. Penelitian Terdahulu.....	44
H. Kerangka Konseptual	49
I. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	53
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian	56
E. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	68
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
B. Deskripsi Responden.....	69
C. Hasil Analisis Data.....	77
BAB V PEMBAHASAN	83
A. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Barley Store</i> Tulungagung	83
B. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Barley Store</i> Tulungagung.....	84
C. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Barley Store</i> Tulungagung.....	86
D. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Barley Store</i> Tulungagung.....	89
E. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Barley</i> <i>Store</i> Tulungagung	91

BAB VI PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Store Fashion</i> di Tulungagung	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Skala Likert	55
Tabel 3.2 Instrument penelitian.....	57
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	72
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i>	73
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i>	74
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel Desain Produk	75
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel Promosi.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Kebaikan Model.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumen di Barley <i>Store</i> Tulungagung Tahun 2024.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	104
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	112
Lampiran 4 Tabulasi Data	123
Lampiran 5 Hasil Perhitungan SPSS	146
Lampiran 6 Kartu Kendali Bimbingan.....	153
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	167