

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
1. Secara Teoritis	11
2. Secara Praktis	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	13
1. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
2. Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah.....	13
1. Definisi Konseptual.....	13
2. Definisi Operasional.....	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	19

A. Perilaku Konsumen.....	19
B. <i>Brand Image</i>	23
C. Harga.....	29
D. Kualitas Produk.....	37
E. Keputusan Pembelian.....	42
F. Penelitian Terdahulu	47
G. Kerangka Konseptual.....	54
H. Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	57
1. Populasi	57
2. Sampling.....	57
3. Sampel Penelitian.....	58
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran	60
1. Sumber Data.....	60
2. Variabel Penelitian.....	61
3. Skala Pengukuran.....	61
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	62
1. Teknik Pengumpulan Data	62
2. Instrumen Penelitian.....	62
E. Teknik Analisis Data	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas.....	65
3. Uji Asumsi Klasik	65
a. Uji Normalitas.....	65
b. Uji Multikolinearitas	66
c. Uji Heteroskedastisitas.....	67
4. Uji Regresi.....	67
a. Analisis Regresi Linier Berganda	67
5. Uji Hipotesis.....	68

a. Uji F	68
b. Uji T	69
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
BAB IV HASIL PENELITIAN	71
A. Profil objek.....	71
1. Sejarah singkat	71
2. Visi Misi Miniso.....	72
3. Nilai-nilai perusahaan	72
B. Karakteristik responden	72
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
3. Karakteristik Responden Berdasarkan pengunjung	73
C. Deskripsi Variabel penelitian	74
D. Uji Validitas dan Reliabilitas	75
1. Uji Validitas.....	75
2. Uji Reliabilitas.....	76
3. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Normalitas.....	77
b. Uji Heteroskedastisitas	78
c. Multikolineritas	79
4. Uji Regresi Linier Berganda	80
5. Uji Hipotesis.....	81
a. Uji T	81
b. Uji F	82
c. Uji Determinasi	83
BAB V PEMBAHASAN	84
A. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung.....	84
B. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung.....	87

C. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung.....	90
D. Pengaruh <i>brand image</i> , harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung.....	92
BAB VI KESIMPULAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR RUJUKAN.....	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103