

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Teori TRA (Theory of Reasoned Action).....	9
2. Keputusan Pembelian.....	10
3. Brand Image.....	15
4. Gaya Hidup.....	19
5. Kualitas Produk.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berpikir.....	34
D. Hipotesis Penelitian.....	35
1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	36
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	39
B. Populasi dan Sampel.....	39
C. Teknik Pengambilan Data.....	43

D. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
2. Analisis Data.....	49
B. Pembahasan.....	75
1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan pembelian Mie Gacoan Kudus.....	75
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Kudus.....	77
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Kudus.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Variabel Opsional	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Kunjungan	53
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image	54
Tabel 4. 6 Presentase Variabel Brand Image	56
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup	56
Tabel 4. 8 Presentase Variabel Gaya Hidup	59
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4. 10 Presentase Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 12 Presentase Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 20 Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)	73
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Theory Of Reasoned Action	10
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	51
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .	52
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Kunjungan.....	53
Gambar 4. 5 Uji Normalitas dengan Histogram	69
Gambar 4. 6 Uji Normalitas dengan Plot.....	76
Gambar 4. 7 Uji Heteroskedastisitas dengan Plot.....	71

