

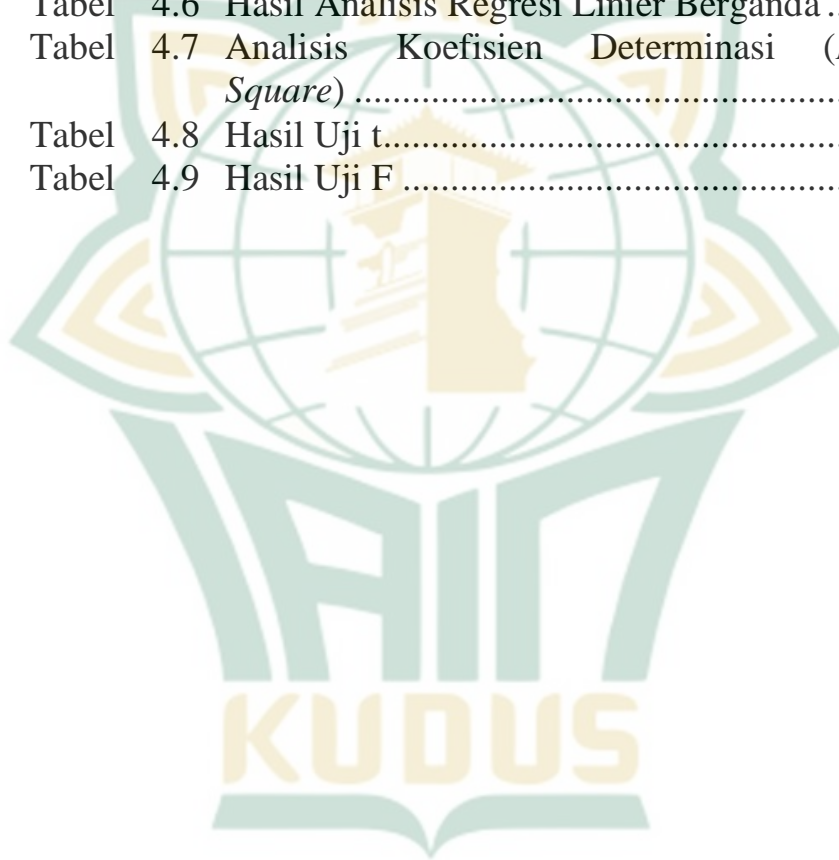
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PERSETUJAUN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORISTIK</b>	
A. Diskripsi Teori .....	10
1. Desain Produk .....	10
2. Tujuan Desain Produk.....	11
3. Fungsi Desain Produk .....	11
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi desain produk .....	12
5. Promosi Penjualan.....	12
6. Citra Merek .....	16
7. Keputusan Pembelian.....	17
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
D. Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	32
B. <i>Setting Penelitian</i> .....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Variabel Operasional.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Uji Asumsi Klasik .....	42
G. Analisis Data .....	45

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	50
1. Sejarah Umum Berdirinya Toko Rahmatika Kecamatan Gembong .....	50
2. Peralatan Perdagangan Toko Rahmatika .....	51
3. Penjualan Toko rahmatika .....	51
4. StrukturOrgansasi Toko Rahmatika .	52
B. Pembahasan .....	52
C. Uji Asumsi Klasik .....	53
1. Uji Multi Kolianiritas .....	53
2. Uji Auto Kolerasi .....	55
3. Uji Heto Kolerasi .....	56
4. Uji Normalitas .....	58
D. Hasil Analisis Data.....	60
1. AnalisisRegresiBerganda .....	60
2. KoefisienDeterminasi.....	61
3. Uji t .....	62
4. Uji f.....	65
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
1. PengaruhDesain Produk terhadap keputusan Pembelian di Toko Rahmatika .....	66
2. PengaruhPromosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rahmatika .....	67
3. PengaruhCitra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rahmatika .....	68
4. Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian di Toko rahmatika.....	68
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	70
B. Penutup .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel	3.1	Definisi Operasional .....	35
Tabel	3.2	Kriteria Autokorelasi .....	43
Tabel	4.1	Analisis Deskriptif .....	53
Tabel	4.2	Hasil Uji Multikolonieritas .....	54
Tabel	4.3	nilai uji <i>DurbinWatson</i> .....	55
Tabel	4.4	Uji Autokorelasi.....	56
Tabel	4.5	Tabel Durbin-Watson Test Bound .....	56
Tabel	4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ...	60
Tabel	4.7	Analisis Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	62
Tabel	4.8	Hasil Uji t.....	63
Tabel	4.9	Hasil Uji F .....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Uji Normalitas .....	57
Gambar 4.2	Uji Normalitas .....	58
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	59

