

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Desain Produk	9
a. Pengertian Desain	9
b. Pengertian Desain Produk	9
c. Faktor-faktor Desain Produk	12
2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
a. Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	13
b. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
c. Ciri-ciri Pembentuk Citra (<i>Image</i>)	17
3. Keputusan Pembelian	17
a. Pengertian Keputusan Pembelian	17
b. Proses Pengambilan Keputusan	18
c. Teknik Pendekatan	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	25
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis dan Pendekatan	29
B. <i>Setting</i> Penelitian	29

C. Populasi dan Sampel	30
D. Variabel Penelitian	31
E. Definisi Operasional	32
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
G. Uji Asumsi Klasik.....	35
H. Teknik Pengumpulan Data	37
I. Teknik Analisis Data	38
BAB IV PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
1. Sejarah Toko Jelita <i>Fashion</i> Kudus	40
2. Struktur Pengurus	40
3. Produk-produk Toko Jelita <i>Fashion</i> Kudus	41
B. Hasil Penelitian	41
1. Gambaran Umum Responden	41
2. Deskripsi Data Penelitian	43
3. Statistik Deskriptif	45
C. Analisis Kuantitas	46
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Analisis Regresi	51
D. Pembahasan	54
1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	55
3. Pengaruh Desain Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
E. Implikasi Penelitian	57
1. Implikasi Teoris	57
2. Implikasi Praktis	57
BAB V PENUTUP	58
A. Simpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	58
C. Saran	59
D. Penutup	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1	Definisi Operasional	32
4.1	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2	Proporsi Responden Berdasarkan Tingkat Usia	42
4.3	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
4.4	Tanggapan Responden terhadap Desain Produk	43
4.5	Tanggapan Responden tentang <i>Brand Image</i>	44
4.6	Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian	44
4.7	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	45
4.8	Hasil Uji Validitas.....	46
4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.12	Hasil Uji T	52
4.13	Hasil Uji T	53
4.14	Hasil Uji F.....	53
4.15	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	54



DAFTAR GAMBAR

2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.2	Kerangka Berfikir	26
4.1	Struktur Pengurus Toko Jelita <i>Fashion</i> Kudus.....	40
4.2	Grafik Scatterplot.....	49
4.3	Hasil Uji Normalitas Data Histogram	50
4.4	Hasil Uji Normalitas Data Plot.....	50

