

DAFTAR ISI

COVER.....	i
NOTA PERSETUJUAN	ii
NOTA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Citra Merek.....	10
2. <i>Store Layout</i>	15
3. Desain Tas Kemasan.....	20
4. Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Berfikir.....	38
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
1. Jenis Penelitian	43
2. Pendekatan Penelitian	43
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi	44
2. Sampel	44
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	45
1. Variabel Bebas	45
2. Variabel terikat	45

E.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47
1.	Hasil Uji Validitas	47
2.	Hasil Uji Reliabilitas	49
F.	Teknik Pengumpulan Data	50
1.	Observasi	50
2.	Kuesioner	50
3.	Teknik Analisis Data	51
1.	Uji Asumsi Klasik	52
a.	Uji Normalitas	52
b.	Uji Multikolinieritas	52
c.	Uji Heteroskedastisitas	53
2.	Uji Hipotesis	53
a.	Analisis Regresi Berganda	53
b.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
c.	Uji – T (Parsial)	54
d.	Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
A.	Hasil Penelitian	56
1.	Gambaran Obyek Penelitian	56
2.	Hasil Uji Instrumen	70
a.	Hasil Uji Validitas	70
b.	Hasil Uji Reliabilitas	72
3.	Uji Asumsi Klasik	73
a.	Hasil Uji Normalitas	73
b.	Hasil Uji Multikolinieritas	74
c.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
4.	Uji Hipotesis	77
a.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	77
b.	Hasil Uji T	78
c.	Hasil Uji F	80
d.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
B.	Pembahasan	83
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	83
2.	Pengaruh Store Layout terhadap Keputusan Pembelian	84
3.	Pengaruh Desain Tas Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	85
4.	Pengaruh Citra Merek, Store Layout dan Desain Tas Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	86

BAB V PENUTUP.....	88
A. KESIMPULAN.....	88
B. SARAN.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	46
Tabel 3.1 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Larissa Aesthetic Center.....	58
Tabel 4.2 Usia Responden Larissa Aesthetic Center.....	58
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Larissa Aesthetic Center.....	59
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden Larissa Aesthetic Center.....	60
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Larissa Aesthetic Center.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Larissa Aesthetic Center.....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Larissa Aesthetic Center.....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Larissa Aesthetic Center.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Larissa Aesthetic Center.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji T Larissa Aesthetic Center.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji F Larissa Aesthetic Center.....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi (R ²) Larissa Aesthetic Center.....	82

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 39
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Larissa Aesthetic Center 74
Tabel 4.2 Hasil Uji Heteroskidastisitas Larissa Aesthetic
Center 76



