

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Manajemen.....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Citra Merek	18
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22

2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3.1	Definisi Konseptual.....	28
3.3.2	Definisi Operasional.....	30
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	34
3.4.1	Populasi Penelitian.....	34
3.4.2	Sampel Penelitian.....	34
3.4.3	Teknik Sampling.....	35
3.5	Pengumpulan Data Penelitian.....	35
3.5.1	Sumber Data Penelitian.....	35
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.3	Instrumen Penelitian.....	36
3.6	Uji Instrumen Penelitian	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reliabilitas	37
3.7	Rancangan Analisis.....	38
3.7.1	Analisis Deskriptif	38
3.7.2	Transformasi Data.....	40
3.7.3	Analisis Verifikatif.....	41
3.8	Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Profil Lokus Penelitian.....	47
4.1.2	Profil Responden.....	50

4.1.3	Uji Instrumen Penelitian	54
4.1.4	Analisis Deskriptif	56
4.1.5	Analisis Verifikatif.....	74
4.1.6	Uji Hipotesis	79
4.2	Pembahasan.....	82
4.2.1	Pembahasan Deskriptif.....	82
4.2.2	Pembahasan Verifikatif.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peringkat Perusahaan <i>Fast Fashion</i> berdasarkan Penjualan.....	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3	Skala Pengukuran.....	36
Tabel 3.4	Perhitungan Skala	39
Tabel 3.5	Rentang Skala	40
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	54
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	55
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	57
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (X2)	63
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.8	Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.11	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Hipotesis	79
Tabel 4.13	Uji Parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	80
Tabel 4.14	Uji Parsial Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Simultan.....	81
Tabel 4.16	Uji Simultan Kualitas Produk (X1) dan Citra merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kategori Produk Terlaris Tahun 2021.....	2
Gambar 1.2	Produk Uniqlo	6
Gambar 1.3	<i>Apparel Ranking</i> 2022.....	8
Gambar 1.4	Hasil Pra Survey	9
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1	Desain Penelitian.....	27
Gambar 3.2	<i>Bar Scale</i>	40
Gambar 4.1	Logo Uniqlo	48
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Uniqlo.....	49
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk .	53
Gambar 4.7	Rentang Skala Variabel Kualitas Produk (X1).....	61
Gambar 4.8	Rentang Skala Variabel Citra Merek (X2)	67
Gambar 4.9	Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Gambar 4.10	Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	76
Gambar 4.11	Model Regresi linier Berganda.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	99
Lampiran 3 Transformasi Data	105
Lampiran 4 Output Data Statistik SPSS.....	111

