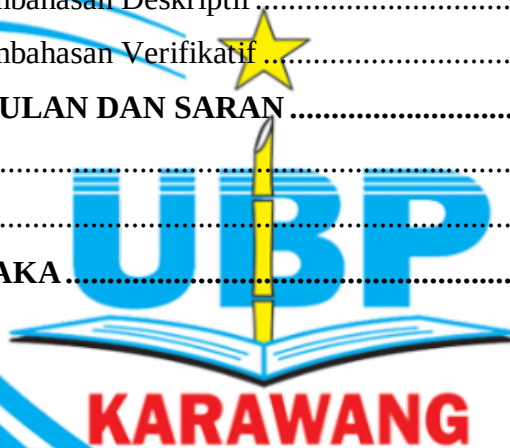


DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	16
1.3 Batasan Masalah.....	17
1.4 Rumusan Masalah	18
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian.....	20
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	20
1.6.2. Manfaat Praktis	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Tinjauan Pustaka	22
2.1.1. Manajemen.....	22
2.1.2. Pemasaran	23
2.1.3. Manajemen Pemasaran	25
2.1.4. Bauran Pemasaran	25
2.1.5. <i>Brand Image</i>	31
2.1.6. Keragaman Produk.....	37
2.1.7. Keputusan Pembelian	40
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	46

2.3 Kerangka Pemikiran	48
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1).....	48
2.3.2. Pengaruh Keragaman Produk (X_2).....	49
2.3.4 Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	49
2.4. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1 Desain Penelitian.....	53
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	53
3.2.1. Lokasi Penelitian	53
3.2.2. Waktu Penelitian	53
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	54
3.3.1. Definisi Konseptual	54
3.3.2. Definisi Operasional	57
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	64
3.4.1. Populasi Penelitian	64
3.4.2. Sampel Penelitian	65
3.4.3. Teknik Sampling	66
3.5 Pengumpulan Data Penelitian	67
3.5.1. Sumber Data Penelitian	66
3.5.2. Teknis Pengumpulan Data	68
3.5.3. Instrumen Penelitian Datas	68
3.6 Uji Instrumen Penelitian	69
3.6.1. Uji Validitas	69
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	71
3.7 Rancangan Analisis	73
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	75
3.7.2. Transformasi Data	76
3.7.3. Analisis Verifikatif	78
3.8 Uji Hipotesis	82
3.8.1. Uji Parsial (Uji-t).....	82
3.8.2. Uji Simultan (Uji-F)	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Hasil Penelitian.....	85
4.1.1. Profil Lokus Penelitian	86
4.1.2. Profil Responden.....	93
4.1.3. Uji Instrumen Penelitian	98
4.1.4. Analisis Deskriptif.....	100
4.1.5. Analisis Verifikatif	106
4.1.6. Uji Hipotesis	114
4.2 Pembahasan.....	119
4.2.1. Pembahasan Deskriptif	119
4.2.2. Pembahasan Verifikatif	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Google Trends</i> 2022.....	8
Gambar 1. 2 Akun <i>E-Commerce Brand local Outdoor</i> di Indonesia.....	10
Gambar 1. 3 Hasil <i>Pra Survey</i>	14
Gambar 1. 4 <i>Pra Survey</i>	15
Gambar 3. 1 Dimensi bauran pemasaran produk 4P	28
Gambar 3. 2 Pradigma Penelitian	51
Gambar 4. 1 Logo Consina	88
Gambar 4. 2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 <i>Brand</i> Peralatan <i>Outdoor</i> Lokal Terbaik dan Populer di Indonesia.....	7
Tabel 1 2 <i>Market Share Store Outdoor</i> Tahun 2021	12
Tabel 1 3 <i>Brand Image</i> yang mengalami penurunan karena banyaknya pesaing	13
Tabel 2. 1 Dimensi bauran pemasaran produk 4P	28
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 2. 3 Pradigma Penelitian.....	50
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi.....	88
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	95
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk	97
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	98
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X2).....	99
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	100
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	101
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Keragaman produk (X2).....	103
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Kolomogorov Smirnov	107
Tabel 4. 14 Uji Multikolineritas	110
Tabel 4. 15 Uji Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	113
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	115
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Simultan.....	117