

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	8
2.1.3 Kualitas Produk .....	9
2.1.4 <i>Brand image</i> .....	11
2.1.5 Promosi .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	20
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Papulasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.5 Defini Operasional .....	26

3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	28
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	30
3.9 Analisis Koefisien Determinasi .....	31
3.10 Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	31
3.11 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	31
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN</b>	
4.1 Hasil Analisis Data .....	33
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	33
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
4.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	37
4.1.4 Regresi Linear Berganda .....	40
4.1.5 Koefisien Determinasi .....	41
4.1.6 Uji Hipotesis t .....	41
4.1.7 Uji Hipotesis F .....	42
4.2 Pembahasan .....	42
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>55</b>