

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Produk berkualitas	10
2.1.3 Suasana Toko	11
2.1.4 Citra Merek	13
2.2 Pelajari Sebelumnya	15
2.3 Kerangka Berpikir	18
2.4 Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel	21
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis penelitian	28
3.2 Objek Studi	28
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Definisi Operasional	30
3.5 Teknik analisis data	32

3.6	Uji <i>Model Pengukuran (Outer Model)</i>	33
3.6.1	Uji validitas.....	33
3.6.2	Tes kepercayaan.....	34
3.7	<i>Model Struktural (Inner Model)</i>	35
3.8	Uji hipotesis.....	36
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN		37
4.1	Gambaran Umum Responden	37
4.2	Analisis Deskriptif Variabel	39
4.3	Hasil Uji <i>Model Pengukuran (Outer Model)</i>	42
4.3.1	Hasil Uji Validitas	42
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
4.4	Hasil Uji <i>Model Struktural (Inner Model)</i>	46
4.4.1	Hasil Uji <i>Koefisien Determinasi (R²)</i>	46
4.4.2	Hasil Uji <i>Ukuran Efek (F²)</i>	46
4.4.3	<i>Relevansi Prediktif (Q²)</i>	47
4.5	Uji hipotesis.....	48
4.5.1	Produk Berkualitas pada Citra Merek.....	49
4.5.2	Suasana Toko pada Citra Merek.....	49
4.5.3	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.5.4	Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.5.5	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.5.6	Citra Merek memediasi pengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.5.7	Citra Merek memediasi pengaruh signifikan antara Store Atmospheric terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6	Pembahasan	52
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	52
4.6.2	Pengaruh Suasana Toko terhadap Citra Merek.....	53
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.4	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.6.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	55

4.6.6 Peran Citra Merek dalam Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.6.7 Peran Citra Merek dalam Memediasi Store Atmospheric Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.7 Implikasi.....	59
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	59
4.7.2 Implikasi Praktis	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76

