

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.2 Variabel yang digunakan .....	19
2.2.1 Keputusan Pembelian .....	19
2.2.2 Kualitas produk.....	27
2.2.3 Variasi Produk.....	28
2.2.4 Kesesuaian Harga.....	28

2.2.5 Citra Merek .....	35
2.2.6 Kesadaran Merek .....	37
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.2 Hubungan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3 Hubungan Kesesuaian Harga dengan Keputusan Pembelian .....	39
2.3.4 Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.3.5 Variabel Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.4 Penelitian Terdahulu .....	43
2.5 Kerangka Pimikiran .....	49
2.5 Hipotesis Penelitian.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
3.1 Variabel Penelitian Definisi Operasional.....	51
3.1.1 Variabel Penelitian .....	51
3.1.2 Definisi Operasional .....	52
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik pengambilan Sampel .....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel. ....	54
3.2.3 Teknik Penentuan Ukuran Sampel.....	55
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	56
3.3 Jenis dan sumber Data.....	56
3.3.1 Data Primer.....	57
3.3.2 Data Sekunder .....	57
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.4.1 Kuesioner.....	58
3.4.2 Studi Pustaka .....	59

3.5 Metode Analisis Data.....	59
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	59
3.5.1.1 Uji Validitas.....	59
3.5.1.2 Uji Realiabilitas .....	60
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	61
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	62
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	63
3.5.3 Regresi Linear Berganda .....	64
3.5.4 Pengujian Hipotesis .....	65
3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
3.5.4.2 Uji hipotesis secara simultan (Uji F).....	66
3.5.4.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.2 Gambaran Umum Responden .....	69
4.2.1 Deskripsi Usia Responden.....	69
4.2.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	70
4.2.3 Deskripsi Pekerjaan Responden .....	71
4.2.4 Deskripsi Rata-rata Pengeluaran Biaya Hidup per Bulan .....	71
4.2.5 Deskripsi Sumber Informasi Strada Coffee.....	72
4.2.5 Deskripsi Seberapa Lama Mengenal Strada Coffee .....	73
4.2.6 Deskripsi Rata-rata Mengunjungi Strada Coffee per Bulan .....	74
4.3 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	74
4.3.1 Uji Validitas.....	74
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	76

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1 Uji Normalitas .....	76
4.4.1.1 Analisis Grafik .....	77
4.4.1.2 Uji Kolmogorov Smirnov.....	78
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	79
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	80
4.4.3.1 Grafik Plot.....	80
4.4.3.2 Uji Glejser .....	81
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
4.6 Uji Hipotesis .....	13
4.6.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
4.6.2 Uji hipotesis secara simultan (Uji F) .....	84
4.6.3 Uji signifikansi pengaruh parsial (Uji t) .....	85
4.7 Interpretasi Hasil .....	87
4.7.1 Pengaruh Variabel Kualitas terhadap Keputusan Pembelian .....	88
4.7.2 Pengaruh Variabel Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian ....	89
4.7.3 Pengaruh Variabel Kesesuaian Harga terhadap Keputusan Pembelian	91
4.7.4 Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	92
4.7.5 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	94
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.2.1 Implikasi Kebijakan .....	102
5.2.2 Saran Peneliti Mendatang.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	107