

DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 Desain Produk.....	20
2.1.5 Motivasi	26
2.1.6 Citra Merek	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.6 Metode Analisis Data	53
3.6.1 Uji Alat Ukur	53
3.6.2 Analisis Angka Indeks	54
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.6.5 Menilai <i>Goodness of Fit</i> Suatu Model.....	59
BABA IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Profil Perusahaan	63
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 Analisis Data	71
4.2.1 Analisis Data Deskriptif.....	71
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.4 Analisis Regresi Berganda.....	90
4.2.5 Uji Kelayakan model (<i>goodness of fit</i>)	92

4.3 Hasil Interpretasi dan Pembahasan.....	96
4.3.1 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.3.2 Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	97
4.3.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	98
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Implikasi Kebijakan	104
5.3 Keterbatasan Penelitian	106
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108

FEB UNDIP