



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MEREK UNIQLO**

(Studi pada Konsumen Uniqlo DP Mall Semarang)

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Syita Salwa Kusuma

14030118140047

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MEREK UNIQLO**

(Studi pada Konsumen Uniqlo DP Mall Semarang)

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Syita Salwa Kusuma

14030118140047

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

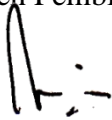
1. Nama : Syita Salwa Kusuma
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118140047
3. Tempat / tanggal Lahir : Semarang, 20 November 1999
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Tlogo Intan No.4, Palebon, Kec. Pedurungan,
Kota Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Sktipsi/TA) yang saya tulis berjudul: **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang)”**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turinitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 197503152008011014

Semarang, 12 Agustus 2022
Pembuat Pernyataan,



Syita Salwa Kusuma

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197611182003122005

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang)

Nama Penyusun : Syita Salwa Kusuma

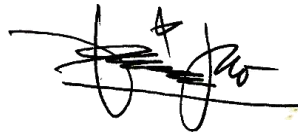
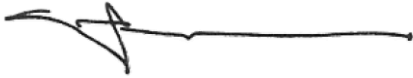
Departemen : S1- Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Strata I di Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Semarang, 12 September 2022

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Hardi Warsono, MTP

Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP. 196408271990011001

NIP. 196908221994031003

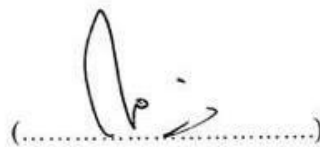
Dosen Pembimbing:

1. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si

2. Dr. Sari Listyorini, S.sos., M.AB

Dosen Penguji:

1. Drs. Saryadi, M.Si.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Segala sesuatu yang bisa kau bayangkan adalah nyata.”

-Pablo Picasso-

“Memilihlah dengan tanpa penyesalan.”

-Mary Anne Radmacher-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT
2. Ayah dan Ibu atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang sepanjang masa yang begitu tulus tanpa mengharap imbalan dalam membimbingku selama ini, serta segala kerja keras dan usaha untuk membesarkan penulis.
3. Untuk mas Rashif Kusuma dan dek Atika yang tersayang dan selalu memberikan semangat kepada penulis
4. Keluarga besar yang ada di Semarang dan Pati yang telah memberikan doanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi
5. Ika Diah, Novita, Nanda, Shabrina, Farah, Fika, Evita, Nuha dan Fio yang selalu membantu, memberikan dukungan, menemani suka dan duka dalam perjalanan menyelesaikan skripsi.
6. Orang-orang yang dekat dengan penulis di waktu lampau maupun sekarang terimakasih untuk waktunya dan support selama ini
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas segala dukungan, semangat, ilmu dan pengalaman berharga yang diberikan

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK UNIQLO

(Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang)

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang jumlah populasinya terus bertambah, dengan jumlah kelas menengah yang terus tumbuh, serta gaya hidup yang cenderung konsumtif dan kesadaran menggunakan produk buatan dalam maupun luar negeri yang semakin meningkat. *Brand* pakaian yang terkenal sampai tidak terkenal pada zaman sekarang ini sudah banyak sekali dan sudah tersebar dimana-mana. *Brand-brand* terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Konsumen memiliki leluasa dalam memilih pemenuhan gaya berpakaian dengan tawaran produk yang beragam dan banyak. Sehingga juga memperoleh lebih banyak pilihan kualitas, harga dan citra merek yang sesuai kebutuhan.

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui Pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Tipe penelitian ini adalah tipe *explanatory* dengan Teknik *non-probability sampling* dan pengambilan sampel 100 konsumen yang pernah membeli Uniqlo di DP Mall Semarang dilakukan secara daring (*online*) dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* melalui media sosial. Metode analisis menggunakan *SPSS 26 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk dan harga diuji secara simultan memiliki hasil signifikan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand image*, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE
ON PURCHASE DECISIONS ON UNIQLO BRAND**

(Study On Consumers of Uniqlo Dp Mall Semarang)

Abstract

Indonesia is a country whose population continues to grow, with a growing middle class, and a lifestyle that tends to be consumptive and increasing awareness of using products made at home and abroad. Brands that are well-known to not well-known today and have spread everywhere. Brands continue to innovate to meet the needs and desires of their consumers. Consumers have the freedom to choose the fulfillment of the style of dress with a variety of product offerings and many. So that they also get more choices of quality, price and brand image that suit their needs. This study has a purpose, namely to determine the effect of brand image, product quality and price on purchasing decisions. This type of research is an explanatory with non-probability sampling technique and sampling of 100 consumers who have bought Uniqlo at DP Mall Semarang is done online (online) by distributing questionnaires using Google Forms through social media. The analysis method uses SPSS 26 for Windows. The results showed that the brand image, product quality and price tested simultaneously had significant results and had an effect on purchasing decisions. Partially, brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions. Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions. Price has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand image, Product Quality, Price, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya, serta junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang)”** dapat terselesaikan.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, melalui skripsi ini disampaikan ucapan rasa terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Drs. Hadi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku ketua Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan dengan sabar dan memberikan masukan serta nasihat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB. selaku dosen pembimbing.
5. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen wali.
6. Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu-ilmu baru yang bermanfaat selama proses perkuliahan

Dalam menyusun penelitian ini, saya menyadari akan adanya kesalahan dan kekurangan yang mungkin ditemukan, oleh karena itu saya bersedia mendapatkan kritik dan saran. Saya berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semu. Terimakasih

Semarang, 12 Agustus 2022

Syita Salwa Kusuma
NIM.14030118140047

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Harga	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 Hubungan Antar <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.6.3 Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.6.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
1.7 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.8.1 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
1.8.2 Kualitas produk	Error! Bookmark not defined.
1.8.3 Harga	Error! Bookmark not defined.
1.8.4 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.9 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.

1.9.1 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
1.9.2 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.9.3 Harga	Error! Bookmark not defined.
1.9.4 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.10 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.1 Tipe Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.4 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.5 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.7 Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.8 Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ...	Error! Bookmark not defined.
2.1 Sejarah Uniqlo.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Sejarah Perkembangan Uniqlo	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Perkembangan Uniqlo Di Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Grup Fast Retailing	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Logo Perusahaan Uniqlo	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Lokasi Uniqlo	Error! Bookmark not defined.
2.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin..	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Karakteristik Responden Menurut Umur .	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Karakteristik Responden Menurut Status Perkawinan..	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan per Bulan .	Error! Bookmark not defined.
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian ...	Error! Bookmark not defined.
3.2. 1 Persepsi Responden terhadap <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
3.2. 2 Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk..	Error! Bookmark not defined.

3.2. 3	Persepsi Responden terhadap Harga....	Error! Bookmark not defined.
3.2. 4	Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	<i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Harga terhadap Keputusan Pembelian.	Error! Bookmark not defined.
3.4.4	<i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
4.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Uji Hipotesis		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6. Tabel r.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7. Table t.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8. Tabel F.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Perbandingan Uniqlo, H&M dan Zara..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 3 Koefisien Korelasi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 2 Karakteristik Responden Menurut Umur **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 3 Karakteristik Responden Menurut Status Perkawinan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 4 Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 5 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan per Bulan**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Brand Image (X1) ..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Harga (X3)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 6 Persepsi Responden terhadap Merek Uniqlo dibuat oleh perusahaan dengan citra yang baik di kalangan masyarakat.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 7 Persepsi Responden terhadap Pengguna produk Uniqlo merupakan individu dengan kepribadian yang trendi, simple dan modis**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 8 Persepsi Responden terhadap Produk-produk Uniqlo merupakan produk yang simple namun tetap berkesan modis saat digunakan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Brand Image **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Brand Image**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 11 Persepsi Responden terhadap Bentuk produk yang ada di Uniqlo dapat dibedakan secara jelas berdasarkan bentuk, ukuran, dan struktur fisik produk**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 12 Karakteristik atau ciri-ciri merek Uniqlo mudah dikenali dan mendapatkan banyak peminat dari produk tersebut..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 13 Persepsi Responden terhadap Produk pakaian Uniqlo menghasilkan nilai gunanya**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 14 Persepsi Responden terhadap Uniqlo menjual produk produk yang terjamin kualitasnya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Persepsi Responden terhadap Produk memiliki ketahanan bahan dan warna yang baik**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 16 Persepsi Responden terhadap merek Uniqlo memiliki bahan dasar yang dapat diunggulkan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Persepsi Responden terhadap kemudahan layanan perbaikan jika merek Uniqlo mengalami kerusakan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 Persepsi Responden terhadap menggunakan pakaian Uniqlo membuat saya lebih percaya diri.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Persepsi Responden terhadap desain secara visual merek Uniqlo tampak menarik.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 21 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Persepsi Responden terhadap Harga produk merek Uniqlo menjangkau semua kalangan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 23 Persepsi Responden terhadap Uniqlo sering memberikan potongan harga.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 24 Persepsi Responden terhadap Harga produk merek Uniqlo lebih terjangkau daripada kompetitornya.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 25 Persepsi Responden terhadap harga dan kualitas yang ditawarkan sangat sepadan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 26 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel Harga**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 28 Persepsi Responden terhadap Kemantapan membeli terhadap produk Uniqlo.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 29 Persepsi Responden terhadap merek Uniqlo menjadi pilihan alternatif yang dipilih**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 30 Persepsi Responden terhadap memberikan rekomendasi merek Uniqlo kepada orang lain**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 31 Persepsi Responden terhadap melakukan pembelian Kembali terhadap produk Uniqlo**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 32 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 33 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 34 Hasil Uji Korelasi Variabel *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 36 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 37 Hasil Uji Korelasi Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 38 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 39 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 40 Hasil Uji Korelasi Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 41 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Most Valuable Apparel Brands**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Review dari Konsumen Uniqlo**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Review dari Konsumen Uniqlo**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 4 Review dari Konsumen Uniqlo**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 5 Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 6 Model Lima Tahap Proses Membeli .**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 7 Model Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 8 Kurva Uji T (Two Tail).....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Logo Uniqlo**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Uji t *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 3 Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 4 Uji F Hipotesis 4**Error! Bookmark not defined.**

