

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Praktis.....	7
1.4.2 Teoritis.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Tinjauan Empirik	7
1.5.2 Tinjauan Teoritis	16
1.5.2.1 Bauran Pemasaran	16
1.5.2.2 Produk	17
1.5.2.3 Atribut Produk	17
1.5.3 Kualitas.....	22

1.5.4 Kualitas Produk	26
1.5.4.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas.....	28
1.5.4.2 Perspektif Terhadap Kualitas Produk.....	29
1.5.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	31
1.5.5 Harga.....	32
1.5.5.1 Pengertian Harga	32
1.5.5.2 Persepsi Kewajaran atau Kesesuaian Harga.....	35
1.5.5.3 Indikator Kesesuaian Harga.....	35
5.6 Citra Merek.....	36
1.5.6.1 Definisi Merek.....	36
1.5.6.2 Brand Image (Citra Merek).....	40
1.5.6.3 Komponen Brand Image.....	42
1.5.7 Keputusan Pembelian.....	43
1.5.7.1 Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Kputusan Pembelian.....	44
1.6 Konsep yang Menghubungkan Antar Variabel Penelitian.....	46
1.6.1Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
1.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
1.7 Kerangka Pemikiran.....	48
1.8 Hipotesis	59
1.9 Definisi konsep dan Operasional	50
1.9.1 Definisi Konsep	50
1.9.2 Definisi Operasional	51

1.10 Metode Penelitian.....	53
1.10.1 Tipe Penelitian.....	53
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	53
1.10.3 Lokasi Penelitian	53
1.10.4 Sumber Data.....	54
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
1.10.6 Populasi dan Sampel	55
1.10.6.1 Populasi.....	55
1.10.6.2 Sampel.....	55
1.10.7 Teknik Sampling.....	57
1.10.8 Uji Validitas dan Uji Relabilitas.....	58
1.10.8.1 Uji Validitas.....	58
1.10.8.2 Uji Reliabilitas.....	59
1.10.9 Teknik Analisis Data.....	59
1.10.9.1 Analisis Deskriptif.....	59
1.10.9.2 Analisis Inferensial.....	60
1.10.10 Uji Asumsi Klasik.....	60
1.10.11 Regresi Linear Berganda.....	61
1.10.12 Uji Hipotesis.....	62
1.10.12.1 Analisis Uji F (Uji Secara Simultan).....	62
1.10.12.2 Analisis Uji t (Uji Secara Parsial).....	63
1.10.12.3 Analisis Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	64
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	65
2.1 Gambaran Umum Perusahaan Celana jeans Wrangler.....	65
2.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	65

2.1.2 Struktur Organisasi perusahaan wrangler di Yogyakarta.....	67
BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN	68
3.1 Profil dan Karakteristik Responden	69
3.1.1 Profil responden Berdasarkan Usia.....	69
3.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jurusan	70
3.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	70
3.2.1 Hasil Uji Validitas.....	70
3.2.2 Hasil Uji Realibitas.....	73
3.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	73
3.1.1 Analaisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk ...	74
3.3.2 Analisis Deskriptif Harga.....	90
3.3.3 Analisis Deskriptiff Variabel Citra Merek.....	94
3.4 Uji Asumsi Klasik	108
3.4.1 Uji Normalitas.....	109
3.4.2 Uji Heteroskesdastisitas.....	109
3.4.3 Uji Multikolinieritas.....	110
3.5 Analisis Statistik Inferensial	111
3.5.1 Uji F (Secara Simultan)	113
3.5.1 Uji t (Secara Parsial).....	114
3.6. Konfisien Determinasi	116
3.7 Pembahasan.....	116
BAB IV. PENUTUP	122
4.1 Kesimpulan	122
4.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124

PERIHAL LAMPIRAN.....126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Distribusi Penjualan Celana Jeans di Yogyakarta.....	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	11
Table 1.3 Keputusan Pembelian.....	43
.Tabel 1.4 Tabel Penilaian.....	55
Tabel 1.5Populasi pengguna celana jeans merek Wrangler di Fisip 3013-2015.....	55
Tabel 1.6Hasil Survey Mahasiswa Fisip 2013-2015 pengguna celana Wrangler.....	57
Tabel 3.1Karakteristik usia Responden Mahasiswa Fisip 2013-2015.....	69
Tabel 3.2Karakteristik Jurusan Responden Mahasiswa Fisip 2013-2015.....	70
Tabel 3.3Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 3.4Hasil Uji Reabilitas.....	73
Tabel 3.5Celana jeans Wrangler memiliki mutu dan kualitas yang baik.....	75
Tabel 3.6Celana jeans Wrangler nyaman di Gunakan.....	76
Tabel 3.7Celana jeans Wrangler tidak mudah Robek.....	77
Tabel 3.8Warna Celana Jeans Wrangler Tidak Mudah Luntur Pada Saat dicuci.....	79
Tabel 3.9CelanaJjeans Wrangler Memenuhi Standar Nasional Indonesia Untuk digunakan.....	80
Tabel 3.10Celana Jeans Wrangler yang Dijual Sama Persis Dengan yang dipromosikan Baik Melalui Media Elektronik Atau pun Media Cetak.....	81

Tabel 3.11 Celana Jeans Wrangler Memiliki Ketahanan yang Awet Atau Lama.....	82
Tabel 3.12 Serat Kain Celana Jeans Wrangler Kuat Untuk Pemakaian Jangka Waktu yang Lama.....	83
Tabel 3.13 Celana jeans Wrangler banyak memiliki varian model.....	85
Tabel 3.14 Celana jeans Wrangler banyak varian warna.....	86
Tabel 3.15 Model celana jeans Wrangler elegan.....	87
Tabel 3.16 Desain logo celana jeans Wrangler lebih menonjol apabila digunakan.....	88
Tabel 3.17 Desain celana jeans Wrangler lebih simpel serta enak dipandang.....	89
Tabel 3.18 Tanggapan mengenai Harga celana jeans wrangler cukup terjangkau.....	90
Tabel 3.19 Tanggapan mengenai Harga celana jeans wrangler sesuai dengan kualitas yang ada.....	91
Tabel 3.20 Tanggapan mengenai Harga yang ditawarkan celana jeans wrangler bersaing dengan celana jeans lain.....	92
Tabel 3.21 Tanggapan mengenai Harga celana jeans wrangler sesuai dengan kualitas yang ada.....	93
Tabel 3.22 Hasil rata-rata jawaban item variabel kesesuaian harga.....	94
Tabel 3.23 Tanggapan mengenai Adanya jaminan kenyamanan dalam menggunakan celana jeans wrangler.....	95
Tabel 3.24 Tanggapan mengenai Adanya Menggunakan celana jeans wrangler membuat saya merasa populer.....	96

Tabel 3.25 Tanggapan mengenai Adanya jaminan keaslian celana jeans wrangler.....	97
Tabel 3.26 Tanggapan mengenai Reputasi perusahaan baik dikalangan masyarakat.....	98
Tabel 3.27 Tanggapan mengenai Percaya diri ketika menggunakan celana jeans wrangler.....	99
Tabel 3.28 Tanggapan mengenai Tampil lebih menarik.....	100
Tabel3.29 Tanggapan mengenai Reputasi Celana jeans wrangler mudah dikenal.....	101
Tabel 3.30 Tanggapan mengenai Celana jeans wrangler trend disemua kalangan.....	102
Tabel 3.31 Hasil rata-rata jawaban item variabel citra merek.....	103
Tabel 3.32 Tanggapan mengenai Adanya Wrangrel adalah merek celana jeans yang tepat ketika saya ingin membeli celana jeans.....	104
Tabel 3.33 Tanggapan mengenai Adanya Celama jeans merek wrangler adalah pilihan pertama saya setiap saya melakukan pembelian celana jeans.....	105
Tabel 3.34 Tanggapan mengenai Setelah saya menggunakan celana jeans wrangler, saya merekomendasikan kepada kerabat dekat saya untuk membeli celana jeans tersebut.....	106
Table 3.35 Tanggapan mengenai Saya selalu membeli celana jeans merek wrangler setiap tahunya.....	107
Tabel 3.36 Hasil rata-rata jawaban item keputusan pembelian.....	108
Tabel 3.37 <i>one sample kolomogrov mirnov</i>	109

Tabel 3.38 Multikolinieritas.....	111
Table 3.39 Uji Regresi Linear Berganda.....	112
Tabel 3.40 Rangkuman Hasil Uji F.....	114
Table 3.41 rangkuman hasil uji t.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Celana Jeans Wrangler	2
Gambar 1.2Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	46
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 1.5 Hipotesis	51
Gambar 2.1 Struktur Organisasi perusahaan Wrangler di Yogyakarta.....	67
Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas	113