

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	III
ABSTRAKSI	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Purchase Decision.....	12
2. Brand Image	17
3. Product Quality	20
4. Social Media.....	24
5. Store Atmosphere	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hubungan Antar Variabel.....	33
D. Kerangka Pemikiran	36
E. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Rancangan Penelitian.....	39
B. Objek dan Waktu Penelitian	39
C. Populasi.....	40
D. Sampel dan Teknik Sampling	41
E. Jenis Data Penelitian.....	42
F. Teknik Pengambilan Data.....	42
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	44
H. Definisi Operasional Variabel	45
I. Uji Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas.....	50
J. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif.....	51
2. Analisis Kuantitatif.....	51
3. Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Analisis Deskriptif Responden	55

1. Jenis Kelamin	55
2. Umur.....	55
3. Pekerjaan	56
B. Analisis Deskriptif Variabel	57
C. Analisis Kuantitatif	62
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
2. Uji Koefisien Determinasi.....	64
D. Pengujian Hipotesis	65
1. Uji t.....	65
2. Uji F.....	66
E. Pembahasan	67
BAB 5 PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81