

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Kerangka Teori.....	6

1.6 Hipotesis .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Media Online.....	19
2.2 <i>Whatsapp</i> .....	20
2.3 Perilaku Konsumen .....	27
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	27
2.5 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.5.1 Hubungan citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.5.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Objek Penelitian .....	34
3.3 Subjek Penelitian .....	34
3.4 Variabel Penelitian .....	34
3.4.1 Variabel Bebas .....	35
3.4.2 Variabel Terikat .....	35
3.5 Definisi Konseptual .....	35
3.5.1 Citra Merek.....	35
3.5.2 Persepsi Harga .....	36
3.5.3 Keputusan Pembelian.....	36
3.6 Definisi Operasional .....	37
3.7 Sumber Data.....	40
3.7.1 Sumber Data Primer .....	40

3.7.2 Sumber Data Sekunder.....	41
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.9 Uji Instrumen .....	44
3.9.1 Uji Validitas.....	44
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.10 Teknik Analisis Data .....	52
3.10.1 Analisis Deskriptif .....	52
3.10.2 Analisis Kuantitatif .....	52
3.11 Uji Hipotesis.....	53
3.11.1 Uji Simulatif .....	53
3.11.2 Uji Parsial ( Uji t ).....	53
3.11.3 Uji Koefisiensi Determinasi .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Deskripsi Umum Penelitian .....	55
4.2 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel.....	60
4.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	60
4.2.2 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel .....	62
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	64
4.2.4 Hasil Analisis Variabel Persepsi Harga .....	66
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	67
4.2.6 Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian .....	69
4.3 Analisis Data .....	70
4.3.1 Analisis Korelasi Product Moment .....	70

4.3.2 Analisis Regresi Sederhana .....	71
4.4 Uji F .....	74
4.5 Pembahasan.....	78
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 PENELITIAN TERDAHULU .....	29
Tabel 3.1 DEFINISI VARIABEL.....	38
Tabel 3.2 BOBOT PENILAIAN BERDASARKAN SKALA <i>LIKERT</i> .....	42
Tabel 3.3 HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS CITRA MEREK (X1) .....	46
Tabel 3.4 HASIL UJI VALIDITAS PERSEPSI HARGA(X2).....	47
Tabel 3.5 HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y).....	48
Tabel 3.6 INDIKATOR TINGKAT RELIABILITAS.....	49
Tabel 3.7 PERHITUNGAN RELIABILITAS CITRA MEREK.....	50
Tabel 3.8 PERHITUNGAN RELIABILITAS PEREPSI HARGA .....	51
Tabel 3.9 PERHITUNGAN RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	51
Tabel 3.10 RANGKUMAN RELIABILITAS SEMUA VARIABEL .....	52
Tabel 4.1 RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	57
Tabel 4.2 RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	58
Tabel 4.3 RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN .....	59
Tabel 4.4 RESPONDEN BERDASARKAN UANG SAKU .....	59
Tabel 4.5 INDIKATOR CITRA MEREK.....	60
Tabel 4.6 KATEGORI SKALA VARIABEL X1 .....	63
Tabel 4.7 INDIKATOR PERSEPSI HARGA .....	64
Tabel 4.8 KATEGORI SKALA VARIABEL X2 .....	66
Tabel 4.9 HASIL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	67
Tabel 4.10 KORELASI PRODUCT MOMENT CORRELATION .....	70
Tabel 4.11 UJI REGRESI SEDERHANA X1 TERHADAP Y .....	71

Tabel 4.12 UJI REGRESI SEDERHANA X2 TERHADAP Y .....	73
Tabel 4.13 TABEL UJI F X1 TERHADAP Y .....	75
Tabel 4.14 TABEL UJI F X2 TERHADAP Y .....	76
Tabel 4.15 UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R SQUARE) citra merek terhadap keputusan pembelian .....	76
Tabel 4.16 UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R SQUARE) citra harga terhadap keputusan pembelian .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Enicraft .....	4
Gambar 1.2 Bagan Advertising Exposure Theory .....	8
Gambar 1.3 Kerangka Konsep.....	16
Gambar 2.1 Contoh Iklan Totebag Enicraft .....	26
Gambar 2.2 Komunikasi Mulut ke mulut.....	27
Gambar 4.1 Logo Enicraft .....	55
Gambar 4.2 Produk Enicraft .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Daftar nama pelanggan Enicraft .....	85
LAMPIRAN 2 Questioner .....	88
LAMPIRAN 3 Responden .....	90