

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB 2	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Thrifting</i>	10
2.1.2 Citra Merek	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Promosi	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Model Penelitian.....	21
2.5 Pengembangan Hipotesis	21

2.5.1	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	21
2.5.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.3	pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.4	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	24
BAB 3	26
METODE PENELITIAN	26
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel.....	26
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.3	Data Penelitian	27
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Alur Penelitian.....	29
3.6	Variabel Penelitian	30
3.7	Definisi Operasional Variabel	30
3.8	Teknik Analisis Data	40
3.8.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	40
3.8.1.1	Uji Validitas	41
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	41
3.8.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	42
3.8.2.1	Uji Normalitas.....	42
3.8.2.2	Uji Multikolinearitas	42
3.8.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.3	Uji Hipotesis	43
3.8.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.8.3.2	Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	43
3.8.3.3	Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)	44
3.8.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44

BAB 4	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Karakteristik Responden	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1)	50
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_2).....	52
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X_3).....	54
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	57
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.5 Hasil Asumsi Klasik.....	61
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.6 Hasil Uji Hipotesis	63
4.6.1 Hasil Regresi Linier Berganda.....	63
4.6.2 Hasil Uji Signifikansi.....	65
4.6.2.1 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
4.6.2.2 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	66
4.6.2.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.7 Pembahasan	69
4.7.1 Pengaruh Citra Merek (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk <i>Fashion Thrift Shop</i> di Kabupaten Gresik	69
4.7.2 Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk <i>Fashion Thrift Shop</i> di Kabupaten Gresik.....	73

4.7.3	Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk <i>Fashion Thrift Shop</i> di Kabupaten Gresik	75
4.7.4	Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk <i>Fashion Thrift Shop</i> di Kabupaten Gresik	77
BAB 5	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		91
BIODATA PENULIS		113

