

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	2
<b>1.1.2 Logo Perusahaan</b> .....	2
<b>1.1.3 Produk Perusahaan</b> .....	3
<b>1.2 Latar Belakang Penelitian</b> .....	3
<b>1.3 Perumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir</b> .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu</b> .....	10
<b>2.1.1 Pemasaran</b> .....	10
<b>2.1.2 Merek</b> .....	13
<b>2.1.3 Citra Merek</b> .....	14
<b>2.1.4 Produk</b> .....	16
<b>2.1.5 Kualitas Produk</b> .....	17
<b>2.1.6 Keputusan Pembelian</b> .....	18
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	22
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	27
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	31

2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel.....	33
3.2.2 Skala Pengukuran.....	39
3.3 Tahapan Penelitian .....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Methods Succesive Interval (MSI).....	50
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	55
4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.1.2 Identitaas Responden Berdasarkan Usia .....	56
4.1.3 Identias Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Zara....	57
4.2 Analisis Tanggapan Responden.....	57
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	58
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	61
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	66
4.2.4 Nilai Tanggapan Variabel Penelitian .....	71
4.3 <i>Methods Succesive Interval (MSI)</i> .....	73

<b>4.4 Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	73
<b>4.4.1 Uji Asumsi Klasik</b> .....	73
<b>4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	76
<b>4.4.3 Pengujian Hipotesis</b> .....	77
<b>4.4.4 Koefisien Determinasi</b> .....	79
<b>4.5 Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	83
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	83
<b>5.2 Saran</b> .....	84
<b>5.2.1 Saran Secara Praktis</b> .....	84
<b>5.2.2 Saran Secara Teoritis</b> .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	86
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	90