

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.2 Budaya	12
2.1.2.1 Indikator Budaya.....	12
2.1.2 Citra Merek	13
2.1.2.1 Indikator Citra Merek.....	14
2.1.3 Harga.....	14
2.1.3.1 Indikator Harga	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
2.1.5 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	27

2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2 Hubungan Budaya terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4 Hipotesis Penelitian	29

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Operasionalisasi Variabel	33
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	33
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.2.3 Tahapan Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.2 Sumber Data.....	39
3.4.2.1 Data Primer	39
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	40
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.6.2 Garis Kontinum	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	44
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	45
3.7 Pengujian Hipotesis	46
3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	46
3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Produk Fashion	51
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	51
4.2.1.1 Distribusi Jawaban Untuk Variabel Budaya (X_1)	52
4.2.1.2 Distribusi Jawaban Variabel Citra Merek (X_2).....	54
4.2.1.3 Distribusi Jawaban Variabel Harga ($X_{\#}$).....	55
4.2.1.4 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.2.2.1 Uji Validitas	59
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1 Uji Normalitas	65
4.3.2 Uji Multikolinieritas	66
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	67
4.4 Regresi Linier Berganda	67
4.5 Analisis Hipotesis	69
4.5.1 Uji Parsial (Uji t)	69
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	71
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.6 Pembahasan	73
4.6.1 Budaya pada pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung	73
4.6.2 Citra Merek pada pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung	74
4.6.3 Harga pada pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung.....	74
4.6.4 Keputusan Pembelian pada pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung	75
4.6.5 Pengaruh Secara parsial Budaya terhadap Keputusan Pembelian pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung.....	76

4.6.6 Pengaruh Secara Parsial Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung.....	76
4.6.7 Pengaruh Secara Parsial Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung.....	77
4.6.8 Pengaruh Budaya, Citra Merek Dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada merek <i>Uniqlo</i> di Kota Bandung	77

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA81

LAMPIRAN.....84