

**PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *CLOTHING COMPANY* DI  
PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : PRADISHA DHIO VALDINO  
NIM : 302 14 11 082**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2018**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JURUSAN MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Pradisha Dhio Valdino  
NIM : 302 14 11 082  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : “Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Clothing Company* di Pangkalpinang”

Pembimbing Utama

Khairiyansyah, S.E., M.M

NIP. 197903152012121005

Pembimbing Pendamping

Echo Perdana Kusumah, B.Sc., M.Sc

NP. 508410027

Balunijuk, 10 Agustus 2018

Ketua Jurusan Manajemen

M. Tanggung, S.E., M.Si

NIP. 196306051990031004

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CLOTHING  
COMPANY* DI PANGKALPINANG**


Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Pradisha Dhio Valdino

Nomor Induk Mahasiswa : 302 1411 082

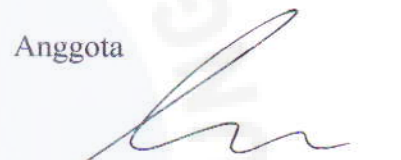
Telah Dipersiapkan didepan Tim Penguji pada tanggal 08 Agustus 2018 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tim Penguji :

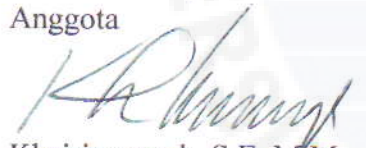
Ketua

  
M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP. 196306051990031004

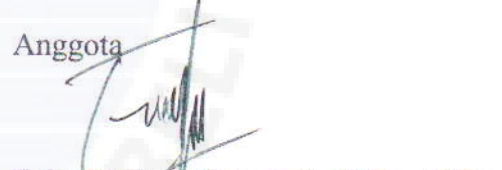
Anggota

  
Nanang Wahyudin, S.E., M.M  
NIP. 198709192014041001

Anggota

  
Khairiyansyah, S.E., M.M  
NIP. 197903152012121005

Anggota

  
Echo Perdana Kusumah, B.Sc., M.Sc  
NP. 508410027

Balunijuk, 10 Agustus 2018  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

  
Dr. Reniati, S.E., M.Si  
NP. 506906004

Ketua Jurusan Manajemen

  
M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP. 196306051990031004

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Clothing Company* Di Pangkalpinang”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Balunijuk, 24 Juli 2018

Penulis



Pradisha Dhio Valdino

## **ABSTRACT**

### **PRADISHA DHIO VALDINO 302 14 11 082. INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION ON CLOTHING COMPANY IN PANGKALPINANG**

*This research is based on a phenomenon that shows that the store atmosphere, brand image, and product quality can influence consumer decisions in making a purchase. The purpose of this study was to find out and analyze the study of the influence of the store atmosphere, brand image, and product quality on purchasing decisions at the clothing company in Pangkalpinang.*

*This research is a quantitative descriptive study with a total sample of 200 respondents, while the sampling method uses kouta sampling. In this study the independent variables consist of store atmosphere, brand image, and product quality. While the dependent variable is the purchase decision. Instrument testing uses validity and reliability testing. While the method of data analysis uses multiple linear regression analysis, *t* test, *F* test, and determination coefficient ( $R^2$ ).*

*The results of the research coefficient of store atmosphere regression coefficients of each dimension have a positive effect on variable Y, except in the interior dimension has a negative effect on purchasing decisions. Brand image variables of each dimension have a positive effect on variable Y, except in the dimensions of the strength of brand associations have a negative effect on purchasing decisions, product quality variables of each dimension have a positive effect on variable Y, except in the dimensions of resistance have a negative effect on purchasing decisions. The results of the *t* test showed that the variable X1 had a significant effect on purchasing decisions, variable X2 had a significant effect on purchasing decisions and the variable X3 had a significant effect on purchasing decisions. The *F* test results show that the significance is  $0.000 < 0.05$ , which means that the independent variables simultaneously influence the dependent variable significantly. The results of the analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that the independent variable affects the dependent variable by 91% and the remaining 9% is influenced by other variables outside this research.*

**Keywords: Store Atmosphere, Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision**

## ABSTRAK

### **PRADISHA DHIO VALDINO 302 14 11 082. PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CLOTHING COMPANY* DI PANGKALPINANG**

Peneelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang menunjukkan bahwa suasana toko, citra merek, dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kajian tentang pengaruh suasana toko, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *clothing company* di Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *kouta sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari suasana toko, citra merek, dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian koefisien regresi variabel suasana toko masing-masing dimensi berpengaruh positif terhadap variabel Y, kecuali pada dimensi interior berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Variabel citra merek masing-masing dimensi berpengaruh positif terhadap variabel Y, kecuali pada dimensi kekuatan asosiasi merek berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, Variabel kualitas produk masing-masing dimensi berpengaruh positif terhadap variabel Y, kecuali pada dimensi ketahanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan variabel  $X_1$  berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel  $X_3$  berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa signifikansi  $0.000 < 0,05$  yang berarti variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 91% dan sisanya 9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci: Suasana Toko, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan, karena tidak ada usaha yang akan mengkhianati hasil”

“Jangan menyerah saat do’a-do’amu belum terjawab. Jika kamu mampu bersabar, Allah mampu memberikan lebih dari apa yang kamu minta”

“Selalu ada harapan bagi orang yang berdo’a dan selalu ada jalan bagi orang yang berusaha”

“jika kita belum mampu membahagiakan orang lain setidaknya kita tidak menyulitkannya”

“Lakukan kebaikan sekecil apapun karena kau tak pernah tahu kebaikan apa yang akan membawamu ke surga”. (Imam Hasan Al-Bashri)

“orang yang menginginkan impiannya menjadi kenyataan, harus berani menjaga diri agar tidak *tertudur*”

“keberhasilan adalah 99% perbuatan dan 1% pemikiran” (Albert Einstein)

“Bisnis yang baik adalah bisnis yang dikerjakan bukan dibicarakan” (Bob Sadino)

## **PERSEMBAHAN :**

Skripsi ini saya persembahkan untuk ...

- Allah SWT yang selalu memberikan rezeki dan jalan kemudahan dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- Keluarga saya tercinta papa bro Jumardi HS dan mama bro Asiah. Kakak saya Marsha Dhea Mauditha dan adik saya Adisha Dhia Bimantara terimakasih untuk do'a terbaik yang tiada hentinya selalu di panjatkan dan yang telah setulus hati memberikan dukungan, kasih sayang, motivasi, nasehat serta dukungan moril dan materil dalam setiap keadaan.
- Keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas kasih sayang, do'a, nasehat, motivasi dan dukungannya, terimakasih sebesar-besarnya.
- Untuk Della Siswotriani trimakasih telah membantu dalam segala urusan skripsi ini, yang selalu mengingatkan dan memberi support agar segera dengan cepat menyelesaikan skripsi ini, terimakasih banyak atas segalanya
- My best friend senior high school forever "CakMacak" Rizam Hasefar, Pajar Maryansyah, Alamsyah Ramadhan, Liku Turanda, Imam Dwi Anggoro, Asha Khasogi Kissara dan Vegga Vantary. Bersama kita wujudkan mimpi untuk menjadi peran utama dimasa depan.
- Team urus-mengurus berkas skripsi Rani Andriani, Viki Septiani, Terimakasih selalu membantu untuk terus mau direpotkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Teman seperjuangan skripsi Raju Pratama, Reza Triono dan Rinando Ken Rokar. Terimakasih telah berjuang sama-sama saling bertukar pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Teman seperjuangan keluarga besar kelas Manajemen 3 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungannya
- Dosen pembimbing utama saya Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M yang telah memberikan ilmu yang luar biasa dan sabar dalam membimbing saya dalam menyusun skripsi ini.
- Dosen pembimbing pendamping saya Bapak Echo Perdana Kusumah ,B.Sc,M.Sc yang telah memberikan ilmu yang luar biasa dan memberikan pengalaman bagaimana arti sabar dalam proses pengerjaan skripsi ini.
- Kepada semua yang telah membantu lewat do'a, yang sering memberikan motivasi dan nasehat maupun yang sering saya repotkan dalam hal menyusun skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu , terimakasih atas segalanya.



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang tiada hentinya memberikan kesehatan, rezeki, keberkahan dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Clothing Company* di Pangkalpinang” untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak bisa lepas dari bantuan-bantuan dari orang-orang di sekitar penulis yang terus memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT karena atas limpahan berkah dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Ir. Muh.Yusuf, M.Si, selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Dr. Reniati, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak M. Tanggung, S.E.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.
5. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing utama yang terus membantu penulis dalam menyelesaikan penelitiannya dan telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Echo Perdana Kusumah ,B.Sc,M.Sc. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staff akademik Fakultas Ekonomi.
8. Terima kasih kepada orang tua dan keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan memotivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.
9. Pihak dari *Clothing Company* diantaranya 28 *Hardwear*, material *Store*, Tadashi, dan Setal yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
10. Teman-teman kelas Manajemen 3 angkatan 2014 terima kasih telah memberikan semangat.
11. Almamater kebanggaan ku, Universitas Bangka Belitung.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan sehingga dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi Provinsi Bangka Belitung terutama pada generasi-generasi yang akan datang.

Balunijuk, 1 Agustus 2018

Penulis

Pradisha Dhio Valdino

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	15
1.6 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	18

2.1.1 Pengertian Manajemen.....	18
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	19
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	23
2.3 Suasana Toko .....	24
2.3.1 Pengertian Suasana Toko .....	24
2.3.2 Dimensi Suasana Toko.....	25
2.4 Citra Merek .....	26
2.4.1 Pengertian Citra.....	26
2.4.2 Pengertian Merek .....	27
2.4.3 Pengertian Citra Merek .....	28
2.4.4 Dimensi Citra Merek.....	29
2.5 Kualitas Produk.....	30
2.5.1 Pengertian Kualitas .....	30
2.5.2 Pengertian Produk.....	31
2.5.3 Pengertian Kualitas Produk.....	32
2.5.4 Dimensi Kualitas Produk .....	33
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	35
2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
2.7.1 Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	39

2.7.2 Pengaruh Citra Merek	
Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.7.3 Pengaruh Kualitas Produk	
Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.7.4 Hubungan Suasana Toko, Citra Merek, dan	
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.8 Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	45
3.2 Tempat dan Waktu .....	46
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.3.1 Definisi Operasional.....	46
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	48
3.4 Populasi dan Sampel .....	48
3.4.1 Populasi.....	48
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Jenis Data .....	50
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6 Metode Analisis Data.....	52
3.7 Instrumen Pengumpulan Data.....	53
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	53
3.7.1.1 Uji Validitas .....	53

3.7.1.2 Uji Reabilitas.....	54
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	54
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas .....	55
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	56
3.7.3 Analisis Regresi Berganda.....	57
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	57
3.7.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	57
3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F) .....	58
3.7.4.3 Koefisien Determinasi.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Profil Singkat <i>Clothing Comapny</i> .....	61
4.1.1.1 Gambaran Umum Toko <i>Twenty Eight Hardwear</i> ..	61
4.1.1.2 Gambaran Umum Toko <i>Material Store</i> .....	62
4.1.1.3 Gambaran Umum Toko <i>Tadashi</i> .....	63
4.1.1.4 Gambaran Umum Toko <i>Setal</i> .....	64
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian.....	65
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden .....	65
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	68
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel .....	91
4.3 Hasil Analisis Data .....	93
4.3.1 Uji Validitas .....	93

4.3.2 Uji Reliabilitas .....	94
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	100
4.3.5 Uji t .....	105
4.3.6 Uji F .....	109
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	110
4.4 Pembahasan.....	110
4.4.1 Gambaran umum suasana toko, citra merek, dan kualitas produk dan keputusan pembelian .....	111
4.4.2 Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian ....	112
4.4.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	117
4.4.4 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	122
4.4.5 Pengaruh suasana toko, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	131
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>132</b>
5.1 Kesimpulan .....	132
5.2 Saran .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>139</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar <i>clothing company</i> di Pangkalpinang .....	4
Tabel I.2	Daftar penjualan <i>clothing company</i> .....	5
Tabel I.3	Data Prasurvey Penelitian .....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel III.1	Definisi Oprasional .....	46
Tabel III.2	Skala Pengukuran Variabel .....	48
Tabel III.3	Daftar pengunjung.....	49
Tabel III.3	Kategori Skala .....	53
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	67
Tabel IV.5	Indikator Bentuk Bangunan .....	68
Tabel IV.6	Indikator Lahan Parkir .....	68
Tabel IV.7	Indikator Perancangan Ruangan .....	69
Tabel IV.8	Indikator Desain Ruangan .....	70
Tabel IV.9	Indikator Penempatan Barang.....	70
Tabel IV.10	Indikator Papan Petunjuk Barang .....	71
Tabel IV.11	Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Suasana Toko .....	71
Tabel IV.12	Indikator Kualitas .....	72
Tabel IV.13	Indikator Kenyamanan.....	73



Tabel IV.14 Indikator Menambah Rasa Percaya Diri.....	73
Tabel IV.15 Indikator Kekuatan Merek.....	74
Tabel IV.16 Indikator Pengenalan Merek.....	75
Tabel IV.17 Indikator Keunggulan.....	75
Tabel IV.18 Indikator Banyak Pilihan Jenis.....	76
Tabel IV.19 Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek.....	76
Tabel IV.20 Indikator Kecepatan.....	77
Tabel IV.21 Indikator Kemudahan.....	78
Tabel IV.22 Indikator Jumlah Terbatas.....	79
Tabel IV.23 Indikator Banyak Diminati.....	79
Tabel IV.24 Indikator Ketahanan.....	80
Tabel IV.25 Indikator Produk <i>Exclusive</i> dan Original.....	80
Tabel IV.26 Indikator Kualitas Sesuai yang Diinginkan.....	81
Tabel IV.27 Indikator Kualitas Sesuai Harga.....	82
Tabel IV.28 Indikator Produk Tahan Lama.....	82
Tabel IV.29 Indikator Produk Nyaman Digunakan.....	83
Tabel IV.30 Indikator Kepuasan Secara Keseluruhan.....	83
Tabel IV.31 Indikator Puas dengan Kualitas dan Harga.....	84
Tabel IV.32 Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk....	85
Tabel IV.33 Indikator Kualitas.....	86
Tabel IV.34 Indikator Citra Merek.....	86
Tabel IV.35 Indikator Kebiasaan.....	87
Tabel IV.36 Indikator Manfaat Produk.....	87

Tabel IV.37 Indikator Merekomendasikan .....	88
Tabel IV.38 Indikator Mendapatkan Manfaat.....	89
Tabel IV.39 Indikator Sesuai Keinginan.....	89
Tabel IV.40 Indikator Pembelian Ulang .....	90
Tabel IV.41 Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	90
Tabel IV.42 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	91
Tabel IV.43 Hasil Uji Validitas .....	93
Tabel IV.44 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel IV.45 Hasil Uji Normalitas .....	97
Tabel IV.46 Hasil Uji Multikolinearitas .....	98
Tabel IV.47 Hasil Uji Glajser .....	100
Tabel IV.48 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	101
Tabel IV.49 Hasil Uji t.....	105
Tabel IV.50 Hasil Uji F.....	105
Tabel IV.51 Hasil Uji Analisis Koefisien Regresi R <sup>2</sup> .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Tahap Proses Pembelian.....	21
Gambar II.2 Kerangka Berfikir .....	37
Gambar IV.1 <i>Twenty Eight Hardwear</i> .....	61
Gambar IV.2 <i>Material Store</i> .....	62
Gambar IV.3 <i>Tadashi</i> .....	63
Gambar IV.4 <i>Setal</i> .....	64
Gambar IV.1 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Gambar IV.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66
Gambar IV.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Gambar IV.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembelian....	67
Gambar IV.5 Hasil Uji Normalitas .....	96
Gambar IV.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F, dan  $R^2$
- Lampiran 8 Surat UPT Bahasa (Abstrak)
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Dokumentasi Foto