

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Penelitian Terdahulu	12
H. Hipotesis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen.....	15
B. Manajemen Pemasaran.....	18
C. <i>Brand Trust</i>	24
D. Kualitas Produk.....	27
E. Keputusan Pembelian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel	37
C. Jenis Data	41

D. Variabel Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Analisis Data	46
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B. Hasil Dan Pembahasan.....	60
1. Analisis Deskriptif.....	60
2. Analisis Data	65
3. Uji Hipotesis.....	91
4. Hasil Penelitian.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Benda yang paling disukai wanita	3
Tabel 1.2 Penelitian terdahulu	12
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi variabel	43
Tabel 3.3 Skala likert	46
Table 3.4 Interpretasi koefisien korelasi	51
Tabel 3.5 Tempat dan jadwal penelitian	52
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Fakultas	62
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	63
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	64
Tabel 4.5 Berdasarkan Jumlah Pembelian	65
Tabel 4.6 Jawaban pernyataan ke- 1	65
Tabel 4.7 Jawaban pernyataan ke- 2	66
Tabel 4.8 Jawaban pernyataan ke- 3	67
Tabel 4.9 Jawaban pernyataan ke- 4	68
Tabel 4.10 Jawaban pernyataan ke- 5	69
Tabel 4.11 Jawaban pernyataan ke- 6	70
Tabel 4.12 Jawaban pernyataan ke- 7	71

Tabel 4.13 Jawaban pernyataan ke- 8	72
Tabel 4.14 Jawaban pernyataan ke- 9	73
Tabel 4.15 Jawaban pernyataan ke- 10	74
Tabel 4.16 Jawaban pernyataan ke- 11	75
Tabel 4.17 Jawaban pernyataan ke- 12	76
Tabel 4.18 Jawaban pernyataan ke- 13	77
Tabel 4.19 Jawaban pernyataan ke- 14	78
Tabel 4.20 Jawaban pernyataan ke- 15	79
Tabel 4.21 Jawaban pernyataan ke- 16	80
Tabel 4.22 Jawaban pernyataan ke- 17	81
Tabel 4.23 Jawaban pernyataan ke- 18	82
Tabel 4.24 Jawaban pernyataan ke- 19	83
Tabel 4.25 Jawaban pernyataan ke- 20	84
Tabel 4.26 Jawaban pernyataan ke- 21	85
Tabel 4.27 Jawaban pernyataan ke- 22	86
Tabel 4.28 Hasil uji validitas <i>brand trust</i> (X_1)	87
Tabel 4.29 Hasil uji validitas kualitas produk (X_2)	88
Tabel 4.30 Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y)	89
Tabel 4.31 Standar Reabilitas Triton	89
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Realibilitas Brand Trust (X_1)	90
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Realibilitas Kualitas Produk (X_2)	90

Tabel 4.34 Hasil Pengujian Realibilitas Keputusan Pembelian (Y)	91
Tabel 4.35 Hasil Uji t Brand Trust (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	92
Tabel 4.36 Hasil Uji t Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 4.37 Hasil Uji F <i>Brand Trust</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	94
Tabel 4.38 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4.39 Analisis Koefisien Korelasi	96
Tabel 4.40 Hasil R Square	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati yang pernah membeli produk tas Octopus Project.....	6
Gambar 1.2 Kerangka berfikir	11
Gambar 2.1 Proses-proses pengambilan keputusan pembelian	32
Gambar 4.1 Produk-produk tas yang ditawarkan oleh Octopus Project	55
Gambar 4.2 Produk-produk dompet dan pouch yang ditawarkan oleh Octopus Project	55
Gambar 4.3 Produk-produk sepatu yang ditawarkan oleh Octopus Project	56
Gambar 4.4 Produk-produk kacamata yang ditawarkan oleh Octopus Project	56

