

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.1.1 Profil Perusahaan	13
1.1.2 Visi dan Misi Uniqlo	14
1.1.3 Logo Uniqlo	15
1.1.4 Produk Uniqlo	15
1.1.5 Skala Usaha Uniqlo.....	17
1.2 Latar Belakang Penelitian	18
1.3 Rumusan Masalah	33
1.4 Tujuan Penelitian.....	33
1.5 Manfaat Penelitian	33
1.5.1 Bagi Brand Uniqlo	33
1.5.2 Bagi peneliti dan akademisi	33
1.5.3 Bagi konsumen.....	34
1.6 Sistematika Penelitian	34
BAB II.....	36
TINJAUAN PUSTAKA	36
2.1 Landasan Teori	36
2.1.1 Pemasaran	36
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	36
2.1.3 <i>Brand Personality</i>	38

2.1.4	<i>Perceived Quality</i>	41
2.1.5	Perilaku Konsumen.....	43
2.2	Penelitian Terdahulu.....	44
2.3	Kerangka Pemikiran.....	54
2.4	Hipotesis Penelitian.....	55
2.5	Ruang lingkup	55
BAB III.....		57
METODE PENELITIAN.....		57
3.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Variabel Operasional	58
3.2.1	Varriabel Operasional.....	58
3.2.2	Skala Pengukuran.....	63
3.3	Tahapan Penelitian	64
3.4	Populasi dan Sampel	64
3.4.1	Populasi.....	64
3.4.2	Sampel.....	64
3.5	Pengumpulan Data	66
3.5.1	Sumber Data.....	66
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	67
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	68
3.6.1	Uji Validitas.....	68
3.6.2	Uji Reliabilitas	70
3.7	Teknik Analisis data	72
3.7.1	Analisis Deskriptif	72
3.7.2	Uji Asumsi Data	74
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
3.7.4	Uji Hipotesis.....	77
BAB IV		80
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		80
4.1	Pengumpulan data	80
4.2	Karakteristik Responden	80

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
4.3	Hasil Penelitian	83
4.3.1	Analisis Deskriptif	83
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	88
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
4.3.4	Uji Hipotesis.....	92
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	96
4.4.1	Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Uniqlo.....	97
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Uniqlo	98
4.4.3	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Uniqlo	98
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Personality</i> dan <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Uniqlo.....	99
4.4.5	Hasil Koefisien Determinasi <i>Brand Personality</i> dan <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Uniqlo	99
BAB V		101
KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		111