

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis dan Pendekatan	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Variabel Penelitian.....	42
D. Variabel Operasional	42
E. Pengumpulan Data	45
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
G. Uji Asumsi Klasik.....	48
H. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Produk Ms Glow.....	52
1. Sejarah Ms Glow	52
2. Visi dan Misi	53
3. Logo Ms Glow.....	53
4. Produk Ms Glow	53
B. Hasil Analisis Data	54
1. Karakteristik Responden.....	54
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3. Uji Asumsi Klasik	58

4. Teknik Analisis Data	62
C. Pembahasan	67
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow	67
2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow	68
3. Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow	69
4. Pengaruh <i>Brand Image, Brand Trust, Brand Experience</i> secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Simpulan.....	72
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xvii

