

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESEHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	13
2.2 Pemasaran	13
2.3 Manajemen Pemasaran	14
2.4 Bauran Pemasaran	15
2.5 Perilaku Kosumen	15
2.5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.5.2 Model Perilaku Konsumen	18
2.6 Kualitas Produk.....	19
2.6.1 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.7 Harga.....	20
2.7.1 Peranan Harga	21
2.7.2 Strategi Penetapan Harga.....	22
2.7.3 Dimensi Harga	22
2.8 Keputusan Pembelian.....	23
2.8.1 Langkah-Langkah Mengambil Keputusan Pembelian	24
2.8.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	25

2.9	Penelitian Terdahulu.....	25
-----	---------------------------	----

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Model Konseptual Penelitian.....	30
3.2	Variabel Penelitian.....	31
3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.4	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	37
3.4.1	Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	37
3.4.2	Hubungan Antara Harga dan Keputusan Pembelian.....	38
3.4.3	Hubungan Antara Kualitas Produk dan Harga serta Keputusan Pembelian....	39
3.5	Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	40
3.5.1	Unit Analisis.....	40
3.5.2	Sumber Data.....	40
3.5.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.5.4	Populasi dan Sampel.....	42
3.5.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6	Pre Test	43
3.6.1	Uji Validitas Pre Test.....	43
3.6.2	Uji Reliabilitas Pre Test.....	43
3.7	Main Test	44
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Main Test.....	44
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.1	Uji Normalitas.....	44
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	45
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	45
3.9	Uji Hipotesis.....	45
3.9.1	Uji Regresi Linier Berganda	45
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.9.3	Uji t.....	46
3.9.4	Uji F.....	47

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum.....	48
4.1.1	Objek Penelitian	48
4.1.2	Produk Under Armour Apparel.....	49
4.2	Analisis Hasil Pre-Test.....	51

4.2.1	Analisis Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.2	Analisis Hasil Uji Reliabilitas	54
4.2.3	Kesimpulan Pre-Test	55
4.3	Deskripsi Profil Responden	56
4.3.1	Jenis kelamin.....	56
4.3.2	Usia.....	57
4.3.3	Pendapatan	58
4.3.4	Pekerjaan.....	59
4.3.5	Pendidikan.....	60
4.3.6	Media Sosial Yang Sering Digunakan	61
4.3.7	Periode Penggunaan Under Armour Apparel.....	62
4.4	Main Test.....	63
4.4.1	Uji Validitas	63
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	66
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1	Hasil Uji Data Normalitas.....	67
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	68
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.6	Uji Hipotesis.....	69
4.6.1	Analisis Regresi Berganda.....	69
4.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.6.3	Uji Parsial (Uji t).....	71
4.6.4	Uji Simultan (Uji F).....	71
4.7	Analisis Nilai Mean	72
4.8	Pembahasan dan Kesimpulan Hasil Penelitian	75

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
5.2.1	Implikasi Manajerial	79
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	81

DAFTAR PUSTAKA	82
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP	85
---------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Revenue Under Armour 2008-2022	3
Gambar 1.2 Laporan Keuangan (2016-2022).....	4
Gambar 1.3 Gambar Ulasan Dari Beberapa Market Place	6
Gambar 1.4 Pra-Survey Variabel Kualitas Produk.....	6
Gambar 1.5 10 Produk Terbaik Dari Under Armour.....	8
Gambar 1.6 Ulasan Negatif Terkait Dengan Harga.....	9
Gambar 1.7 Pra-Survey Variabel Harga	9
Gambar 1.8 Pra-Survey Variabel Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	30
Gambar 3.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 3.3 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 3.4 Hubungan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Karakteristik Usia	57
Gambar 4.3 Karakteristik Pendapatan	58
Gambar 4.4 Karakteristik Pekerjaan.....	59
Gambar 4.5 Karakteristik Jenjang Pendidikan	60
Gambar 4.6 Karakteristik Media Sosial Yang Sering Digunakan.....	61
Gambar 4.7 Karakteristik Periode Penggunaan Apparel Under Armour.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Tipe dan Harga Apparel Under Armour.....	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Pre-Test Validitas Kualitas Produk (X1).....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Pre-Test Harga (X2).....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Pre-Test Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualias Produk (X1)	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2).....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.8 Karakteristik Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.9 Karakteristik Usia.....	57
Tabel 4.10 Karakteristik Pendapatan	58
Tabel 4.11 Karakteristik Pekerjaan.....	59
Tabel 4.12 Karakteristik Jenjang Pendidikan.....	60
Tabel 4.13 Karakteristik Media Sosial Yang Sering Digunakan	61
Tabel 4.14 Karakteristik Periode Penggunaan Apparel Under Armour	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Main Test Validitas Kualitas Produk (X1)	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Main Test Validitas Harga (X2).....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2).....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.24 Hasil Analisa Fungsi Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.26 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel 4.27 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.28 Hasil Mean Kualitas Produk	72
Tabel 4.29 Hasil Mean Harga.....	73
Tabel 4.30 Hasil Mean Keputusan Pembelian	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	L1
Lampiran 2 Hasil Data Penelitian.....	L6
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas	L27
Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	L27
Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	L28
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	L28
Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	L28
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t).....	L29
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis Simultan (uji F)	L29



KALBIS Institute

Transforming Hearts and Minds