Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 11

1.3. Tujuan Penelitian 12

1.4. Manfaat Penelitian 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 14

2.1. Landasan Teori Dan Kajian Empiris 14

2.1.1. Produk 14

2.1.2. Kualitas Produk 17

2.1.3. Desain Produk 19

2.1.4. Citra Merek 20

2.1.5. Keputusan Pembelian 22

2.1.6 Kajian Empiris 24

2.2. Kerangka Pemikiran 27

2.3. Hipotesis Penelitian 28

Universitas Tanjungpura

Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

BAB III METODE PENELITIAN 29

3.1. Jenis Penelitian 29

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 29

3.2.1.Variabel Penelitian 29

3.2.2 Definisi Operasional 30

3.3. Populasi dan Sampel 32

3.3.1. Populasi 32

3.3.2. Sampel 33

3.4. Sumber Data..... 34

3.5. Teknik Pengumpulan Data..... 35

3.6. Cara Pengukuran Data 36

3.6.1. Uji Validitas 38

3.6.2. Uji Reliabilitas 39

3.7. Tahapan Penelitian..... 39

3.7.1. Teknik Analisis 39

3.7.2. Uji Asumsi Klasik..... 40

3.7.2.1. Uji Multikolinearitas 40

3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas 41

3.7.2.3. Uji Normalitas 41

3.7.2.4. Uji *f* (Uji Serempak)..... 42

3.7.2.5.Uji *t* (Uji Parsial)..... 42

3.7.2.6. Koefisien Korelasi (R) 43

3.7.2.7. Koefisien Determinasi (R^2)..... 44

Universitas Tanjungpura

Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46

4.1. Gambaran Umum Perusahaan *Tupperware* 46

4.1.1. Visi dan Misi *Tupperware* 49

4.2. Karakteristik Responden .....…… 49

4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

4.2.2. Responden Berdasarkan Usia 50

4.2.3. Responden Berdasarkan Merek Produk Plastik Yang Pernah Dibeli 51

4.2.4. Reponden Berdasarkan Jenis Produk *Tupperware* Yang Pernah Dibeli 52

4.2.5. Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian..... 53

4.2.6. Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian..... 54

4.2.7. Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Disukai 55

4.2.8. Responden Berdasarkan Tanggapan Terhadap Produk 56

4.2.9. Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Membeli Ulang Produk..... 57

4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian …… 57

4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1) 58

4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Desain Produk (X2) 60

4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X3) 62

4.3.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan

Universitas Tanjungpura

Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

Pembelian (Y) 63

4.4. Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis) 64

4.4.1. Uji Validitas 64

4.4.2 Uji Reliabilitas 66

4.4.3 Uji Asumsi Klasik 67

4.4.3.1. Uji Multikolinearitas 67

4.4.3.2. Uji Normalitas 68

4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas 70

4.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda 71

4.4.4.1. Koefisien Korelasi (R) 72

4.4.4.2. Koefisien Determinasi (R^2) 73

4.5. Pengujian Hipotesis 74

4.5.1. Uji Simultan (Uji *f*) 74

4.6.2. Uji Parsial (Uji *t*) 75

4.6. Pembahasan 77

4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Tupperware* 77

4.6.2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Tupperware* 78

4.6.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Tupperware* 79

BAB V PENUTUP 81

5.1. Kesimpulan 81

Universitas Tanjungpura

Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

5.2. Saran 82

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN

Universitas Tanjungpura