**DAFTAR ISI**

**DAFTAR ISI i**

**DAFTAR TABEL v**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang 1
  2. Perumusan Masalah 5
  3. Tujuan Penelitian 6
  4. Manfaat Penelitian 6

**BAB II KAJIAN LITERATUR 7**

* 1. Keputusan Pembelian 7
     1. Pengertian Keputusan Pembelian 7
     2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian 8
     3. Indikator Keputusan Pembelian 10
  2. Atribut Produk 11
     1. Pengertian Atribut Produk 11
     2. Dimensi Atribut Produk 11
     3. Indikator Atribut Produk 13
  3. Promosi 13
     1. Pengertian Promosi 13
     2. Dimensi Promosi 14
     3. Indikator Promosi 14
  4. Citra Merek 14
     1. Pengertian Citra Merek 14
     2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Citra Merek 15
     3. Indikator Citra Merek 15
  5. Pengembangan Hipotesis 16
     1. Pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian Laptop

merek Lenovo di Kota Padang 16

* + 1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop merek

Lenovo di Maxindo Padang 16

* + 1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop

merek Lenovo di Maxindo Padang. 17

* + 1. Kerangka Konseptual 17

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN 18**

* 1. Objek Penelitian 18
  2. Populasi dan Sampel 18
     1. Populasi 18
     2. Sampel 18
  3. Teknik pengambilan sampel 19
  4. Jenis Data dan Sumber Data 19
     1. Jenis Data 19
     2. Sumber Data 20
  5. Teknik Pengumpulan Data 20
  6. Definisi Operasional Variabel 20
     1. Atribut Produk (X1) 20
     2. Promosi (X2) 21
     3. Citra Merek (X3) 21
     4. Keputusan Pembelian (Y) 21
  7. Uji Instrumen Penelitian 22
     1. Uji Validitas 22
     2. Uji Reliabilitas 22
  8. Metode Analisa Data 23
     1. Analisa Deskriptif 23
     2. Uji Asumsi Klasik 24
     3. Analisis Regresi Linier Berganda 26
     4. Koefesiensi Determinan (R Square) 26
     5. Uji Kelayakan Model (F) 27
  9. Uji Hipotesis 28
     1. Uji T-tes Statistik 28

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 29**

4.1. Deskriptif Umum Responden 29

4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 29

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Umur 30

4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 31

4.4.1 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 32

4.5.1 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan 32

* 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data 33

4.2.1 Uji validitas 33

4.2.1.1 Atribut Produk (X1) 34

4.2.1.2 Promosi (X2) 35

4.2.1.3 Citra Merek (X3) 35

4.2.1.4 Keputusan Pembelian (Y) 36

4.2.2 Pengujian Reliabilitas 37

* 1. Hasil Penelitian Deskriptif 37
     1. Atribut Produk 38
     2. Promosi 39
     3. Citra Merek 40
     4. Keputusan Pembelian 41
  2. Uji Asumsi Klasik 42

4.4.1 Uji Normalitas 42

4.4.2 Uji Linearitas 43

4.4.3 Uji Multikolinearitas 43

4.4.4 Uji Heterokedastisitas 44

* 1. Pembahasan Hasil Analisa Regresi Linear Berganda 45
  2. Uji Kelayakan Model 47

4.6.1 Uji F 47

* 1. Pengujian Hipotesis 47
     1. Uji T-tes Statistik 47
  2. Uji Koefesien Determinasi (R2) 49
  3. Pembahasan 49
     1. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian 49
     2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 50
     3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 51

**BAB V PENUTUP 52**

* 1. Kesimpulan 52
  2. Saran 53
  3. Keterbatasan Penelitian 53

**DAFTAR PUSTAKA 54**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penjualan Laptop Lenovo Bulan Mei – Oktober 2015

di Maxindo Padang 3

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur 30

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 31

Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 32

Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan 33

Tabel 4.6 Uji Validitas Dimensi Atribut Produk 34

Tabel 4.7 Uji Validitas dimensi Promosi 35

Tabel 4.8 Uji Validitas Dimensi Citra Merek 35

Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian 36

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas 37

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Atribut Produk 38

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi 39

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek 40

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel keputusan pembelian 41

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas 42

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Atribut Produk dan Promosi Setelah

di Normalkan 43

Tabel 4.17 Hasil Pengujian Linearitas 43

Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas 44

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas 45

Tabel 4.20 Hasil Analisa Regresi 45

Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis 47

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Profil Responden

Lampiran 4. Uji Instrumen

Lampiran 5. Analisis Deskriptif

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Analisis Regresi Liniear Berganda