

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERSTUJUAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Merek	17
2.1.3 Kesadaran Merek	18
2.1.4 Persepsi Harga	23
2.1.5 Desain Web.....	27
2.1.6 Minat Beli	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2 Populasi dan sampel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisis Data	48
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	48
3.5.2 Uji Validitas	48
3.5.3 Uji Reliabilitas	49
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	49
3.5.4.1 Uji Normalitas	50
3.5.4.2 Uji Multikolinearitas	50
3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.5 Analisis Regresi	52
3.5.6 Uji Kelayakan Model	53
3.5.6.1 Uji Statistik F	54
3.5.5.2 Uji Statistik t	54
3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R ²)	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	56
4.1.3 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan	57
4.1.4 Deskripsi Berdasarkan Sekolah.....	58
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek	60

4.2.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	62
4.2.3 Deskripsi Variabel Desain Web	64
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli	66
4.3 Analisis Data Kuantitatif	66
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	67
4.3.2 Uji Validitas	68
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	69
4.4 Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1 Uji Normalitas	71
4.4.2 Uji Multikolinearitas	72
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.5 Analisis Regresi Berganda	75
4.6 Menilai Kelayakan Model	77
4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.6.2 Uji Statistik F	78
4.6.3 Uji statistik T	79
4.7 Interpretasi Hasil	83

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi Manajerial	87
5.3 Keterbatasan Penulis	91
5.4 Saran	92