

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Definisi Pemasaran	14
2.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	17
2.1.3 Kualitas	18
2.1.4 Persepsi Harga.....	20
2.1.5 Variasi Produk	23
2.1.6 Minat Beli	24

2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli Konsumen	29
2.3.2 Pengaruh Kualitas dengan Minat Beli Konsumen	30
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga dengan Minat Beli Konsumen	32
2.3.4 Pengaruh Variasi Produk dengan Minat Beli Konsumen .	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian	37
3.1.1 Variabel Independen	37
3.1.2 Variabel Dependen	38
3.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	41
3.4 Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Kuesioner	44
3.5.2 Studi Kepustakaan	46
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	46
3.6.1.1 Uji Validitas	46
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6.2 Analisis Deskriptif	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48

3.6.3.1 Uji Multikolinieritas	48
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.3.3 Uji Normalitas	50
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.6.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	52
3.6.5.1 Koefisien Determinant (R^2).....	52
3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	53
3.6.5.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum PT.Pismatex Pekalongan.....	55
4.2 Gambaran Umum Responden	56
4.2.1 Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.2 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.2.4 Persebaran Responden Berdasarkan Berdasarkan Pekerjaan	59
4.3 Analisis Deskripsi Variabel	60
4.3.1 Angka Indeks Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (X1).....	60
4.3.2 Angka Indeks Variabel Kualitas (X2)	62
4.3.3 Angka Indeks Variabel Harga (X3).....	65
4.3.4 Angka Indeks Variabel Variasi Produk (X4).....	67
4.3.5 Angka Indeks Variabel Minat Beli (X5).....	69
4.4 Uji Instrumen Pengumpulan Data	72
4.4.1 Uji Validitas	72
4.4.2 Uji Reliabilitas	73
4.5 Uji Asumsi Klasik	75
4.5.1 Uji Multikolonieritas	75
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	76

4.5.3 Uji Normalitas.....	77
4.5.3.1 Analisis Grafik	78
4.5.3.2 Analisis Statistik	81
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.7 Uji Hipotesis.....	83
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.7.3 Uji Statistik F	84
4.7.3 Uji Statistik t	85
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.8.1 Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Minat Beli	88
4.8.2 Pengaruh Kualitas terhadap Minat beli.....	88
4.8.3 Pengaruh Harga terhadap Minat beli	89
4.8.4 Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat beli	90
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Keterbatasan Penelitian	94
5.3 Saran	94
5.3.1 Implikasi Kebijakan	94
5.3.2 Agenda Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99