

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat.....	11
1.3.1. Tujuan Penelitian	11
1.3.2. Manfaat Penelitian	12
1.4. Sitematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1. Minat Pembelian	14
2.1.2. Kualitas Produk.....	15
2.1.3. Desain Produk	18
2.1.4. Promosi	20
2.1.5. Persepsi Harga.....	21
2.2. Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli	23
2.2.2. Hubungan Desain Produk dengan Minat Beli.....	24
2.2.3. Hubungan Promosi dengan Minat Beli	26

2.2.4.	Hubungan Persepsi Harga Produk dengan Minat Beli.....	27
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.4.	Kerangka Pemikiran	33
2.5.	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1.	Variabel Penelitian	35
3.1.1.2.	Variabel Independen	35
3.1.1.3.	Variabel Dependen	35
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2.	Populasi dan Sampel	37
3.2.1.	Populasi	37
3.2.2.	Sampel.....	37
3.3.	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1.	Data Primer	39
3.3.2.	Data Sekunder	39
3.4.	Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Kuesioner (Angket).....	39
3.4.2.	Studi Pustaka.....	40
3.5.	Metode Analisis Data	40
3.5.1.	Analisis Deskriptif	40
3.5.2.	Analisis Kuantitatif	41
3.5.3.	Uji Instrumen Data.....	42
3.5.3.1.	Uji Validitas.....	42
3.5.3.2.	Uji Reliabilitas	42
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.4.1.	Uji Multikolonieritas.....	42
3.5.4.2.	Uji Heteroskedastisitas	43
3.5.4.3.	Uji Normalitas.....	44
3.5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	44

3.5.6.	Uji Hipotesis (Goodness of Fit)	45
3.5.6.1.	Uji Signifikan Individual (Uji Statistik t)	45
3.5.6.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	46
3.5.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS.....	47
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Hardware	47
4.1.2.	Identitas Responden	48
4.2.	Analisis Deskripsi Variabel.....	52
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	52
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk	55
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	57
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	59
4.2.5.	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	61
4.3.	Analisis Data	63
4.3.1.	Uji Instrumen Data	63
4.3.1.1.	Uji Validitas	63
4.3.1.2.	Uji Reliabilitas	64
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.2.1.	Uji Multikolonieritas.....	65
4.3.2.2.	Uji Heterokedastisitas	66
4.3.2.3.	Uji Normalitas.....	67
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.4.	Uji Hipotesis (Goodness of Fit)	70
4.3.4.1.	Uji Signifikansi Individual (Uji t).....	70
4.3.4.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	71
4.3.4.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3.5.	Pembahasan.....	73
4.3.5.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	73
4.3.5.2.	Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli.....	74

4.3.5.3.	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	75
4.3.5.4.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	75
BAB V	PENUTUP	77
5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Keterbatasan Penelitian	78
5.3.	Saran	78
5.3.1.	Implikasi Kebijakan	78
5.3.2.	Saran Penelitian yang Akan Datang.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86