

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.4 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.1.1 Perkembangan Perilaku Konsumen .....	19
2.1.2 Minat Beli .....	25
2.1.3 Citra Merek .....	27
2.1.4 Daya Tarik Iklan .....	31
2.2 Pengaruh Antar Variabel .....	38
2.2.1 Pengaruh Citra Merek dengan Minat Beli .....	38
2.2.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan dengan Minat Beli .....	39

2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
2.5 Dimensionalisasi Variabel .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.1.1 Variabel Dependen.....	45
3.1.1.2 Variabel Independen.....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi .....	47
3.2.2 Penentuan Sampel.....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Penyebaran Kuesioner.....	51
3.4.2 Observasi .....	51
3.4.3 Studi Kepustakaan .....	52
3.5 Metode Analisis Data .....	52
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	52
3.5.1.1 Uji Kelayakan Kuesioner.....	52
3.5.1.1.1 Uji Validitas.....	52
3.5.1.1.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.5.1.2 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.5.1.2.1 Uji Multikolinieritas.....	53
3.5.1.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.5.1.2.3 Uji Normalitas .....	55
3.5.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.5.1.4 Uji Kelayakan Model .....	56
3.5.1.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
3.5.1.4.2 Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F) .....	57
3.5.1.4.3 Uji Hipotesis Penelitian (Uji t) .....	58

3.5.2 Analisis Kualitatif.....	58
3.6 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Sejarah Samsung.....	60
4.1.2 Jenis Smartphone Samsung Galaxy Series .....	64
4.2 Deskripsi Responden .....	71
4.2.1 Gambaran Umum.....	71
4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2.1.2 Responden Berdasarkan Usia .....	73
4.2.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	74
4.2.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Formal	
Terakhir .....	75
4.2.1.5 Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	
Per Bulan .....	76
4.2.1.6 Responden Berdasarkan Domisili	
Tempat Tinggal .....	77
4.2.2 Karakteristik Netizen .....	78
4.2.3 Hasil Temuan Lainnya .....	80
4.3 Analisis Data .....	82
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	82
4.3.1.1 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	82
4.3.1.2 Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan.....	85
4.3.1.3 Deskriptif Variabel Minat Beli .....	88
4.3.2 Uji Instrumen Data .....	91
4.3.2.1 Uji Reliabilitas .....	91
4.3.2.2 Uji Validitas.....	92
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	94
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	94
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas .....	96
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	97

4.3.4 Uji Kelayakan Model.....	98
4.3.4.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	98
4.3.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	99
4.3.4.4 Uji Signifikansi Parameter Individual .....	99
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	100
4.4 Pembahasan .....	102
4.4.1 Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	102
4.4.2 Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli.....	102
BAB V PENUTUP .....	104
5.1 Ringkasan Penelitian .....	114
5.2 Kesimpulan Hipotesis.....	106
5.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	106
5.2.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli .....	108
5.3 Implikasi Teoritis .....	109
5.4 Implikasi Manajerial.....	110
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	115
5.6 Agenda Penelitian Mendatang .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	120