

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 PENGHANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
1.3.1 Tujuan Penelitian	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Merek	19
2.1.2 Minat Beli	25
2.1.3 Citra Merek (Brand Image)	31
2.1.4 Kualitas Produk	37
2.1.5 Harga	42
2.2 Hubungan Antar Variabel	47

2.2.1	Hubungan Citra Merek dengan Minat Beli Konsumen	47
2.2.2	Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Konsumen	48
2.2.3	Hubungan Harga dengan Minat Beli Konsumen	49
2.3	Penelitian Terdahulu	50
2.4	Kerangka Pemikiran	50
2.5	Hipotesis	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	55
3.1.1	Variabel Penelitian	55
3.1.1.1	Variabel Dependen	55
3.1.1.2	Variabel Independen	55
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	56
3.2	Populasi dan Sampel	58
3.2.1	Populasi	58
3.2.2	Sampel	58
3.2.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	59
3.2.2.2	Penentuan Penarikan Sampel	60
3.3	Jenis dan Sumber Data	61
3.3.1	Data Primer	61
3.3.2	Data Sekunder	61
3.4	Metode Pengumpulan Data	62
3.4.1	Kuesioner (Angket)	62
3.4.2	Studi Kepustakaan	63
3.5	Metode Analisis Data	63
3.5.1	Analisis Kuantitatif	64
3.5.2	Analisis Deskriptif	65
3.5.3	Uji Instrumen Data	66
3.5.3.1	Uji Validitas	66
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	66

3.5.4	Uji Asumsi Klasik	67
3.5.4.1	Uji Normalitas	67
3.5.4.2	Uji Multikolinearitas	68
3.5.4.3	Uji Heterodastisitas	68
3.5.5	Analisis Regresi Linier Berganda	69
3.5.6	Uji Goodness of Fit	70
3.5.6.1	Uji Signifikan Parameter Individual (UjiT).....	70
3.5.6.2	Uji Kelayakan Model (Uji F)	71
3.5.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	72
4.1.2	Gambaran Umum Responden	73
4.1.2.1	Umur Responden	74
4.1.2.2	Jenis Kelamin Responden	74
4.1.2.3	Pendidikan Responden	75
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.1.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	77
4.2	Hasil Penelitian	77
4.2.1	Uji Kualitas Data	77
4.2.1.1	Uji Validitas.....	77
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	79
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	79
4.2.2.1	Analisis Indeks Variabel Minat Beli	80
4.2.2.2	Analisis Indeks Variabel Citra Merek	82
4.2.2.3	Analisis Indeks Variabel Kualitas Produk	83
4.2.2.4	Analisis Indeks Variabel Harga	85
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	86

4.2.3.1	Uji Normalitas	86
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas	87
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	88
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Berganda	90
4.2.5	Uji Goodness of Fit	91
4.2.5.1	Uji Signifikan Parameter Individual (UjiT)	91
4.2.5.2	Uji Kelayakan Model (Uji F)	92
4.2.5.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	93
4.3	Pembahasan	94
4.3.1	Pengaruh Citra Merek terhadap minat beli	94
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli	95
4.3.3	Pengaruh Harga terhadap minat beli	95
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Keterbatasan	98
5.3	Saran	98
5.3.1	Implikasi Kebijakan	98
5.3.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN-LAMPIRAN		105