

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Minat Beli.....	19
2.1.4 Citra Merek	22
2.1.4.1 Konsep Citra Merek	22

2.1.4.2 Hubungan Citra Merek Dengan Minat Beli	23
2.1.5 Kualitas Produk	25
2.1.5.1 Konsep Kualitas Produk	25
2.1.5.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli	27
2.1.6 Desain Produk	28
2.1.6.1 Konsep Desain Produk	28
2.1.6.2 Hubungan Desain Produk Dengan Minat Beli	30
2.1.7 Persepsi Harga	31
2.1.7.1 Konsep Persepsi Harga	31
2.1.7.2 Hubungan Persepsi Harga Dengan Minat Beli	33
2.2 Kerangka Pemikiran Dan Tabel Penelitian Terdahulu	35
2.3 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	39
3.1.1 Variabel Penelitian	39
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2 Populasi Dan Sampel	41
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Uji Validitas	45
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3.1 Uji Multikolinearitas	47
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	48

3.5.3.3 Uji Normalitas	48
3.5.4 Uji t	49
3.5.5 Analisis Regresi Berganda	51
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum	53
4.1.1 Gambaran Umum Merek	53
4.1.2 Gambaran Umum Store (Distro)	55
4.1.3 Gambaran Umum Responden	56
4.1.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	56
4.1.3.2 Responden Menurut Usia	57
4.1.3.3 Responden Menurut Pekerjaan	58
4.2 Analisa Data	59
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel	59
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	60
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	63
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Desain Produk	67
4.2.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	70
4.2.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	74
4.3 Analisis Data	77
4.3.1 Uji Validitas	77
4.3.2 Uji Reliabilitas	78
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.3.1 Uji Multikolinieritas	79

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas	80
4.3.3.3 Uji Normalitas	81
4.3.4 Uji t	82
4.3.4.1 Variabel Citra Merek	83
4.3.4.2 Variabel Kualitas Produk	83
4.3.4.3 Variabel Desain Produk	84
4.3.4.4 Variabel Persepsi Harga	84
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.3.6 Koefisien Determinasi	87
4.4 Pembahasan	88
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	88
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	89
4.4.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli	91
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	92
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi Manajerial	96
5.3 Saran Untuk Penelitian Mendatang	97
DAFTAR PUSTAKA	99