

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	10
2.1.2 Manajemen Merek .....	12
2.1.3 Minat Beli .....	13
2.1.4 <i>Perceived Quality</i> .....	15
2.1.5 <i>Product Quality</i> .....	18
2.1.6 <i>Brand Image</i> .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23

2.2.1	<i>Perceived quality</i> dan minat beli.....	23
2.2.2	<i>Product Quality</i> dan minat Beli .....	24
2.2.3	<i>Brand image</i> dan minat beli .....	25
2.3	Kerangka Pemikiran .....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.1.1	Variabel Penelitian .....	28
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2	Populasi dan Sampel .....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4	Metode Pengumpulan.....	34
3.5	Metode Analisis Data .....	36
3.5.1	Uji Validitas .....	36
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.4	Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	40
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.1.1	Gambaran Umum Susu Produgen.....	43
4.1.2	Identitas Responden .....	43
4.2	Analisis Data .....	52
4.2.1	Analisis Validitas .....	53
4.2.2	Analisis Reliabilitas .....	54
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.2.4	Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	56
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.3	Interpretasi Hasil .....	65
BAB V PENUTUP.....		68

5.1 Simpulan.....	68
5.2 Keterbatasan .....	69
5.3 Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71