

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
1.4. Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Minat Beli	16
2.1.2. Citra Merek	21
2.1.2.1. Hubungan Variabel Citra Merek Terhadap Minat Beli	26
2.1.3. Persepsi Kualitas	27
2.1.3.1. Hubungan Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	31
2.1.4. Iklan	33

2.1.4.1.	Hubungan Variabel Iklan Terhadap	
	Minat Beli	38
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	40
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.4.	Hipotesis	44
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.1.1.	Variabel Penelitian	46
3.1.2.	Definisi Operasional	47
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.2.1.	Populasi	49
3.2.2.	Sampel	50
3.3.	Jenis dan Sumber Data	51
3.3.1.	Jenis Data	51
3.3.2.	Sumber Data	51
3.4.	Metode Pengumpulan Data	52
3.4.1.	Kuesioner	52
3.4.2.	Wawancara	53
3.4.3.	Studi Pustaka	53
3.5.	Teknik Analisis Data	53
3.5.1.	Analisis Data Kualitatif	54
3.5.2.	Analisis Data Kuantitatif	55
3.6.	Analisis Indeks Jawaban	55
3.7.	Metode Analisis Data	57
3.7.1.	Uji Alat Ukur	57
3.7.1.1.	Uji Validitas	57
3.7.1.2.	Uji Reliabilitas	57
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	58
3.7.2.1.	Uji Multikolinearitas	58
3.7.2.2.	Uji Heteroskedastisitas	59
3.7.2.3.	Uji Normalitas	59

3.7.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.7.4.	Uji <i>Goodness of Fit</i>	61
3.7.4.1.	Uji Ketepatan Model	62
3.7.4.2.	Uji Ketepatan Parameter Praduga	63
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	64
4.1.1.	Gambaran Umum Program Studi Magister Manajemen Undip	64
4.1.2.	Susunan Pengelola Program Studi Magister Manajemen Undip	67
4.1.3.	Bidang Peminatan (Konsentrasi)	69
4.2.	Gambaran Umum Responden	70
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan	72
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Daerah Asal	73
4.3.	Analisis Indeks Jawaban	73
4.3.1.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Citra Merek	74
4.3.2.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Persepsi Kualitas	75
4.3.3.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Iklan	76
4.3.4.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Minat Melanjutkan Studi	77
4.4.	Hasil Analisis Data	78
4.4.1.	Uji Validitas	78
4.4.2.	Uji Reliabilitas	80
4.5.	Uji Asumsi Klasik	80
4.5.1.	Uji Multikolinieritas	81
4.5.2.	Uji Heteroskedastisitas	82
4.5.3.	Uji Normalitas	83
4.6.	Analisis Regresi Linear Berganda	84

4.7.	Uji <i>Goodness of Fit</i>	86
4.7.1.	Koefisien Determinasi	87
4.7.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	87
4.7.3.	Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	88
4.8.	Pembahasan	90
BAB V	PENUTUP	94
5.1.	Kesimpulan	94
5.2.	Keterbatasan Penelitian	97
5.3.	Saran	97
5.3.1.	Saran Untuk Magister Manajemen Undip	97
5.3.2.	Saran Untuk Penelitian Mendatang	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103