

	2.1.7	Hubungan Daya Tarik Desain Produk Terhadap Minat Beli	25
	2.1.8	Harga Kompetitif Produk	26
	2.1.9	Hubungan Harga Dengan Minat Beli Konsumen ..	30
	2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
BAB III		METODE PENELITIAN	33
	3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
	3.1.1	Variabel Penelitian	33
	3.1.2	Definisi Operasional	34
	3.2	Populasi dan Sampel	35
	3.2.1	Populasi	35
	3.2.2	Sampel	35
	3.2.3	Penentuan Jumlah Sampel.....	35
	3.2.4	Penentuan Penarikan Sampel	36
	3.3	Jenis dan Sumber Data	37
	3.3.1	Data Primer	37
	3.3.2	Data Sekunder	37
	3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	38
	3.4	Metode Analisis Data	39
	3.4.1	Analisis Deskriptif	39
	3.4.2	Analisis Kuantitatif	40
	3.4.3	Uji Instrumen Data	41
	3.4.4	Uji Asumsi Klasik	42
	3.4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	45
	3.4.6	Uji Goodness of Fit	46
	3.4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	46
	3.4.8	Uji kelayakan Model (Uji F)	47
	3.4.9	Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t)	48
BAB IV		ANALISIS DATA	
	4.1	Analisis Statistik Deskriptif	49
	4.1.1	Deskripsi Responden Penelitian	49

4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2	Analisis Statistik Kuantitatif	65
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	67
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.3	Pembahasan	81
4.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Daya Tarik Desain Produk	81
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Daya Tarik Desain Produk	83
4.3.3	Pengaruh Daya Tarik Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	85
4.3.4	Pengaruh Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli Konsumen	86
BAB V	PENUTUP	89
5.1	Simpulan	89
5.2	Keterbatasan Penelitian	92
5.3	Saran	92
5.4	Implikasi	93
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN – LAMPIARAN	