

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i>	<i>i</i>
<i>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>vi</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan	2
1.1.3 Struktur Organisasi.....	4
1.1.4 Line up Produk.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	29
1.4 Tujuan Penelitian	29
1.5 Kegunaan Penelitian	29
1.5.1 Aspek Teoritis	29
1.5.2 Aspek Praktis	30
1.6 Sistematika Penulisan	30

BAB II.....	32
TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Tinjauan Pustaka	32
2.2 Pengertian pemasaran.....	32
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	33
2.2.2 Pengertian Baruan Pemasaran.....	33
2.3 Pengertian Citra Merek	34
2.3.1 Dimensi Citra Merek	35
2.4 Pengertian Harga	35
2.4.1 Dimensi Harga	35
2.5 Pengertian Kualitas Produk.....	36
2.5.1 Dimensi Kualitas Produk.....	38
2.6 Pengertian Minat Beli.....	38
2.6.1 Dimensi Minat Beli	39
2.7 Penelitian Terdahulu.....	41
2.8 Kerangka Pemikiran	57
2.9 Hipotesis Penelitian	61
2.10 Ruang Lingkup Penelitian	61
BAB III.....	62
Metode Penelitian	62
3.1 Jenis Penelitian	62
3.2 Variabel Oprasional	62
3.3 Skala Pengukuran	69
3.4 Tahapan Penelitian.....	69
3.5 Populasi dan Sampel	70
3.5.1 Populasi.....	70
3.5.2 Sampel	70
3.6 Teknik Pengumpulan Data	72

3.6.1 Data Primer	72
3.6.2 Data Sekunder	72
3.7 Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	72
3.7.1 Uji Validitas	72
3.7.2 Uji Realibilitas	76
3.8 Teknik Analisis Data	78
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	78
3.8.2 <i>Method of Succive Interval</i> (MSI).....	80
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	80
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	82
3.10 Pengujian Hipotesis	83
3.10.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	83
3.10.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	84
3.10.3 Koefisien Determinasi	86
<i>BAB IV</i>.....	87
<i>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</i>.....	87
4.1 Pengumpulan Data.....	87
4.2 Karakteristik Responden	87
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	90
4.3 Hasil Penelitian.....	90
4.3.1 Analisis Deskriptif Citra Merek (X1).....	91
4.3.2 Analisis Deskriptif Harga (X2)	94
4.3.3 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	99
4.3.4 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y).....	106
4.3.5 Uji Asumsi Klasik.....	109
4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda	113
4.3.7 Uji Hipotesis.....	114
4.3.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	117

4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	118
4.4.1 Analisis Deskriptif Citra Merek (X1).....	118
4.4.2 Analisis Deskriptif Harga (X2).....	120
4.4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	122
4.4.4 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y).....	125
4.4.5 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	127
<i>BAB V</i>.....	128
<i>Kesimpulan dan Saran</i>.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran.....	129
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	129
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	130
<i>Daftar Pustaka</i>.....	132
<i>Lampiran</i>.....	136