

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Moto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	15
G. Penegasan Istilah	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	19
1. Pemasaran	19
2. Perilaku Konsumen	22
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	24
4. Harga	28
5. Kualitas Produk	33

6. Minat Beli	36
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual	44
D. Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	49
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	52
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian	54
E. Teknik Analisis Data	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	59
3. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	61
b. Uji Multikolinieritas	61
4. Uji Heteroskedastisitas	62
5. Uji Autokorelasi	63
6. Analisis Regresi Linier Berganda	63
7. Uji Hipotesis	64
a. Uji t (parsial)	65
b. Uji F (simultan)	65
8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	66

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Toserba Agung Jaya	67
B. Deskripsi Responden	72
C. Uji Instrument Data	74
D. Analisis Data	81

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Minat Beli	87
B. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	90
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	91
D. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat beli	94

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN