

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
B. Hubungan Antar Variabel.....	21
C. Penelitian Terdahulu.....	22
D. Kerangka Pemikiran	23
E. Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	27
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
F. Skala Pengukuran Variabel	31
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33

H. Metode Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif.....	40
1. Deskripsi Karakteristik Responden	40
2. Deskripsi Variabel Penelitian	42
B. Analisis Kuantitatif.....	47
C. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	9
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Top Brand Award	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Skala Likert	32
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	33
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.1	Usia Responden.....	41
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.3	Uang Saku per Bulan Responden.....	42
Tabel 4.4	Variabel Persepsi Kualitas	43
Tabel 4.5	Variabel Persepsi Harga	44
Tabel 4.6	Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.7	Variabel Niat Beli.....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuesioner	58
LAMPIRAN II	Rekapitulasi Data 30 Responden	61
LAMPIRAN III	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
LAMPIRAN IV	Rekapitulasi Data 110 Responden	72
LAMPIRAN V	Analisis Deskriptif Responden	85
LAMPIRAN VI	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	88