

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	10
2. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	20
3. <i>Perceived Price</i> (Persepsi Harga).....	28
4. Niat Beli	34
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Pengaruh Antar Variabel.....	41
1. Pengaruh antara <i>Brand Image</i> dengan Niat Beli	41
2. Pengaruh antara <i>Perceived Quality</i> dengan Niat Beli	42
3. Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap Niat Beli	42
D. Kerangka Pemikiran.....	43

E. Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
A. Rancangan Penelitian.....	45
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi.....	46
D. Sampel dan Teknik Sampling	47
1. Sampel.....	47
2. Besaran Sampel	47
3. Teknik Sampling	48
E. Jenis Data Penelitian	49
F. Prosedur Pengambilan Data.....	50
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	52
1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X).....	53
2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y).....	53
H. Definisi Operasional Variabel.....	53
I. Uji Instrumen	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	58
J. Teknik Analisis Data.....	59
1. Analisis Deskriptif.....	59
2. Analisis Kuantitatif.....	59
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Hasil Penelitian	63
1. Analisis Deskriptif.....	63
2. Analisis Kuantitatif.....	69
B. Pembahasan.....	76
1. <i>Brand Image, Perceived Quality, dan Perceived Price</i> berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Pada Generasi Muda Calon Konsumen Produk <i>Thrift</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.	76
2. <i>Brand Image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.....	77

3. <i>Perceived Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli...	78
4. <i>Perceived Price</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli	79
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	90