

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	7
2.1.2 <i>Brand Trust</i> .....	8
2.1.3 Kualitas Produk.....	10
2.1.1 Minat Beli.....	13
2.2 Penelitian Terdahul .....	14
2.3 Hipotesis.....	18
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	20
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.3.1 Populasi Penelitian .....	21
3.3.2 Sampel Penelitian.....	21

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	22
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4.1 Jenis Data.....	22
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5 Alur Penelitian .....	24
3.6 Variabel Penelitian.....	25
3.6.1 Variabel Independen .....	25
3.6.2 Variabel Dependen .....	25
3.7 Definisi variabel.....	25
3.8 Instrumen Penelitian .....	28
3.8.1 Uji Validitas.....	28
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	29
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.9.1 Normalitas.....	29
3.10 Uji Analisis Data.....	29
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.11 Uji Hipotesis .....	30
3.11.1 Analisis Regresi Berganda.....	30
3.11.2 Uji Statistkik T .....	30
3.11.3 Uji Statistik F.....	31
3.11.4 Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.2.1 Asal Daerah (Domisili Responden).....	34
4.2.2 Jenis Kelamin.....	35
4.2.3 Usia.....	36
4.2.4 Status atau Pekerjaan .....	36
4.2.5 Pendapatan Per Bulan .....	37
4.3 Analisis Deskriptif .....	37
4.3.1 <i>Brand Image</i> .....	38
4.3.2 <i>Brand Trust</i> .....	40



4.3.3 Kualitas Produk.....	41
4.3.4 Minat Beli.....	42
4.4 Hasil Uji Kualitas Data .....	43
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	43
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	45
4.5.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	45
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	47
4.6.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	47
4.6.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	49
4.6.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	50
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.7 Pembahasan.....	51
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	51
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> , dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	62
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>79</b>



*~Halaman Sengaja Dikosongkan~*