

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	7
1.3 Manfaat penelitian	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek	9
2.1.2 Kesadaran Merek.....	11
2.1.3 Persepsi Harga.....	13
2.1.4 Niat Beli	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Model Penelitian	18
2.4 Kerangka berfikir penelitian	19
2.5 Hubungan antar Variabel	20
2.5.1 Pengaruh citra merek, kesadaran merek, persepsi harga terhadap niat beli. 20	
2.5.2 Pengaruh citra merek terhadap niat beli	22

2.5.3	Pengaruh kesadaran merek Terhadap niat beli.....	23
2.5.4	Pengaruh persepsi harga terhadap niat beli.....	24
BAB III.....		25
METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.3.	2 Sampel	26
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3	Data Penelitian.....	27
3.3.2	Jenis dan Sumber Data	27
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Variabel Penelitian	28
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6	Instrumen Penelitian.....	30
3.6.2	Uji Validitas	30
3.6.3	Uji Reabilitas.....	31
3.7	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.2	Uji Normalitas.....	31
3.7.3	Uji Multikolinearitas	32
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.8	Uji Hipotesis.....	33
3.8.1	Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.8.2	Uji Simultan (Uji F).....	34
3.8.3	Uji Parsial (Uji T)	34
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	36
4.1.1	Profil Objek Penelitian.....	36
4.2	Karakteristik Responden	37
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	38
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.	38
4.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.3.1	Variabel citra merek	40
4.3.2	Variabel Kesadaran merek.....	42
4.3.3	Variabel persepsi harga	43
4.3.4	Variabel niat beli	44
4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
4.4.1	Hasil Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	47
4.5	Hasil Asumsi Klasik	47
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	47
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	48
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	49
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	52
4.7.1	Uji F (Pengujian secara simultan)	52
4.7.2.	Uji T (Pengujian Secara Parsial)	53
4.7.3	Uji Koefisiensi Determinasi	55
4.8	Pembahasan.....	56
4.8.1	Pengaruh citra merek (X_1), kesadaran merek (X_2), dan persepsi harga (X_3) terhadap niat beli (Y).....	56
4.8.2	Pengaruh citra merek (X_1) secara parsial terhadap niat beli (Y).....	58
4.8.3	Pengaruh kesadaran merek (X_2) secara parsial terhadap niat beli (Y)..	59
4.8.4	Pengaruh persepsi harga (X_3) secara parsial terhadap niat beli (Y).....	60
BAB V		62
KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN		68