

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Minat Beli.....	16
2.1.2 Persepsi Harga.....	18
2.1.3 Kualitas produk.....	24
2.1.4 Daya Tarik Iklan.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32

2.3 Kerangka Pemikiran teoritis.....	35
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	36
2.4.1 Dimensionalisasi Variabel Persepsi Harga.....	36
2.4.2 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	37
2.4.3 Dimensionalisasi Variabel Daya Tarik Iklan.....	38
2.4.4 Dimensionalisasi Variabel Minat Beli.....	39
2.5 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.1.1 Variabel Penelitian.....	40
3.1.1.1 Variabel Dependen.....	40
3.1.1.2 Variabel Independen.....	41
3.1.2 Definisi Operasional.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	44
3.2.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	44
3.2.2.2 Penentuan Penarikan Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1 Data Primer.....	46
3.3.2 Data Sekunder.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Kuesioner.....	46
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	48
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	50
3.5.1.1 Uji Validitas.....	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas.....	52

	3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	52
	3.5.2.3 Uji Normalitas.....	53
	3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
	3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	55
	3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	55
	3.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56
	3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
	4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	58
	4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
	4.2.2 Deskripsi Responden Berdasar Pendidikan.....	60
	4.2.3 Deskripsi Responden Berdasar Jenis Pekerjaan.....	61
	4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	62
	4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	63
	4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Persepsi Harga.....	63
	4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Produk.....	66
	4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Daya Tarik Iklan.....	69
	4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Minat Beli.....	72
	4.4 Analisis Data.....	74
	4.4.1 Uji Validitas.....	74
	4.4.2 Uji Reliabilitas.....	76
	4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	77
	4.4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	77
	4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	78
	4.4.3.3 Uji Normalitas.....	79
	4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	81
	4.4.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	83
	4.4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
	4.4.5.2 Uji Kelayakan Model.....	84
	4.4.6 Uji Hipotesis.....	85

	4.5 Hasil Interpretasi dan Pembahasan.....	89
	4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	89
	4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	89
	4.5.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli.....	90
BAB V	PENUTUP.....	91
	5.1 Ringkasan Penelitian.....	91
	5.1.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	94
	5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	94
	5.1.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	95
	5.2 Saran.....	96
	5.2.1 Implikasi Teoritis.....	96
	5.2.2 Implikasi Manajerial.....	97
	5.3 Keterbatasan Penelitian.....	99
	5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	100
	DAFTAR PUSTAKA.....	101
	LAMPIRAN.....	105

FEB UNDIP