DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iii
MOTTO iv
PERSEMBAHAN v
ABSTRAKSI vi
ABSTRACT 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 11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 12
1.3.1. Tujuan Penelitian 12
1.3.2. Kegunaan Penelitian 13
1.4. Sistematika Penulisan 14
BAB II TELAAH PUSTAKA 16
2.1. Landasan Teori 16
2.1.1. Minat Beli 16
2.1.2. Citra Merek 21
2.1.2.1. Hubungan Variabel Citra Merek Terhadap Minat Beli 26
2.1.3. Persepsi Kualitas 27
2.1.3.1 Hubungan Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli 31
2.1.4. Iklan 33

2.1.4.1. Hubungan Variabel Iklan Terhadap Minat Beli 38
2.2. Penelitian Terdahulu 40
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis 44
2.4. Hipotesis 44
BAB III METODE PENELITIAN 46
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 46
3.1.1. Variabel Penelitian 46
3.1.2. Definisi Operasional 47
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian 49
3.2.1. Populasi 49
3.2.2. Sampel 50
3.3. Jenis dan Sumber Data 51
3.3.1. Jenis Data 51
3.3.2. Sumber Data 51
3.4. Metode Pengumpulan Data 52
3.4.1. Kuesioner 52
3.4.2. Wawancara 53
3.4.3. Studi Pustaka 53
3.5. Teknik Analisis Data 53
3.5.1. Analisis Data Kualitatif 54
3.5.2. Analisis Data Kuantitatif 55
3.6. Analisis Indeks Jawaban 55
3.7. Metode Analisis Data 57
3.7.1. Uji Alat Ukur 57
3.7.1.1. Uji Validitas 57
3.7.1.2. Uji Reliabilitas 57
3.7.2. Uji Asumsi Klasik 58
3.7.2.1. Uji Multikolinearitas 58
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas 59
3.7.2.3. Uji Normalitas 59

3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda 60
3.7.4. Uji *Goodness of Fit* 61
3.7.4.1. Uji Ketepatan Model 62
3.7.4.2. Uji Ketepatan Parameter Praduga 63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 64
4.1. Deskripsi Objek Penelitian 64
4.1.1. Gambaran Umum Program Studi Magister Manajemen Undip 64
4.1.2. Susunan Pengelola Program Studi Magister Manajemen Undip 67
4.1.3. Bidang Peminatan (Konsentrasi) 69
4.2. Gambaran Umum Responden 70
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 70
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 71
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan 72
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Daerah Asal 73
4.3. Analisis Indeks Jawaban 73
4.3.1. Analisis Indeks Jawaban Variabel Citra Merek 74
4.3.2. Analisis Indeks Jawaban Variabel Persepsi Kualitas 75
4.3.3. Analisis Indeks Jawaban Variabel Iklan 76
4.3.4. Analisis Indeks Jawaban Variabel Minat Melanjutkan Studi 77
4.4. Hasil Analisis Data 78
4.4.1. Uji Validitas 78
4.4.2. Uji Reliabilitas 80
4.5. Uji Asumsi Klasik 80
4.5.1. Uji Multikoliniearitas 81
4.5.2. Uji Heteroskedastisitas 82
4.5.3. Uji Normalitas 83
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda 84

4.7. Uji *Goodness of Fit* 86
4.7.1. Koefisien Determinasi 87
4.7.2. UJi Signifikansi Simultan (Uji F) 87
4.7.3. Uji Signifikansi Parsial (Uji T) 88
4.8. Pembahasan 90
BAB V PENUTUP 94
5.1. Kesimpulan 94
5.2. Keterbatasan Penelitian 97
5.3. Saran 97
5.3.1. Saran Untuk Magister Manjemen Undip 97
5.3.2. Saran Untuk Penilitian Mendatang 99

DAFTAR PUSTAKA 100
LAMPIRAN-LAMPIRAN 103

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP