

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Harga	21
3. Kualitas Produk.....	27
4. Citra Merek	28
5. Minat Beli	34
B. Rerangka Pemikiran.....	35
1. Penelitian Terdahulu	35
2. Hubungan Antar Variabel	38
3. Rerangka Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
1. Waktu Penelitian	41
2. Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi Operasional Variabel	42
1. Definisi Variabel	42
2. Operasionalisasi Variabel	43
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel.....	46

1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data	49
1. Statistik Deskriptif	49
2. Uji Kualitas Data.....	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda	52
4. Uji Asumsi Klasik.....	52
5. Uji Ketetapan Model.....	55
6. Uji Hipotesis	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Tempat dan Waktu Penelitian	57
2. Sejarah Singkat	57
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4. Logo LEA Jeans.....	60
B. Karakteristik Responden.....	60
a. Karakteristik Berdasarkan Usia	60
b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	61
d. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	62
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif	63
D. Hasil Uji Kualitas Data	67
1. Hasil Uji Validitas.....	67
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	70
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
1. Hasil Uji Normalitas	71
2. Hasil Uji Multikolonieritas	72
3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
G. Hasil Uji Ketetapan Model	76
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
2. Hasil Uji F.....	77
H. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	78
I. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	79
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	80
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	80

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan.....	81
	B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		85

