

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan penelitian	9
2. Kontribusi penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	12
2. Perilaku konsumen	13
3. Harga.....	14
a. Pengertian Harga.....	14
b. Penetapan Harga	15
c. Strategi Penyesuaian harga	17
d. Dimensi Harga	17
4. Iklan	18
a. Pengertian Iklan	18
b. Tujuan Iklan	20

c.	Langkah – Langkah Keputusan Membuat Iklan	21
5.	Iklan Televisi	25
a.	Bentuk Iklan Televisi	25
b.	Kelebihan dan Kelemahan Televisi	26
6.	Kepercayaan dan Kepercayaan Merek.....	29
a.	Pengertian kepercayaan.....	29
b.	Pengertian kepercayaan merek.....	30
7.	Minat Beli	34
a.	Dimensi Minat Beli.....	36
B.	Penelitian Terdahulu	37
C.	Hubungan Antar Variabel	40
D.	Rerangka pemikiran	41
E.	Pengembangan Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
1.	Waktu Penelitian.....	43
2.	Tempat Penelitian	43
B.	Desain Penelitian.....	43
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
1.	Definisi Variabel	44
2.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	44
D.	Pengukuran Variabel.....	47
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	47
1.	Populasi Penelitian.....	47
2.	Sampel Penelitian.....	48
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
G.	Jenis Data Penelitian	50
H.	Metode Analisa Data.....	51
1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
a.	Uji Validitas	51

b.	Uji Reliabilitas	52
2.	Uji Asumsi Klasik.....	52
a.	Uji Normalitas.....	52
b.	Uji Multikolinieritas.....	53
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.	Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.	Koefisien Determinasi (R2)	56
5.	Uji Hipotesis	57
a.	Uji F Hitung (Uji Signifikansi Kesesuaian Model)	57
b.	Uji t Hitung (Uji Parsial).....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	61
1.	Deskriptif Data/Karakteristik Responden	61
a.	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
b.	Responden berdasarkan Usia	62
c.	Responden berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	62
d.	Responden berdasarkan banyaknya pembelian	63
2.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
3.	Uji Validitas	66
4.	Uji Reliabilitas	68
5.	Uji Asumsi Klasik	69
a.	Uji Normalitas	69
b.	Uji Multikolinieritas.....	70
c.	Uji Heteroskedastisitas	71
6.	Analisis Regresi Linier Berganda	71
7.	Koefisien Determinasi	71
8.	Uji Hipotesis	74
a.	Uji F	74
b.	Uji T	74
B,	Pembahasan.....	75

1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	75
2. Pengaruh antara Iklan terhadap Minat Beli.....	76
3. Pengaruh antara Iklan terhadap Minat Beli.....	76
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	77
B. Saran	77
1. Saran Bagi Perusahaan.....	77
2. Bagi peneliti selanjutnya	78
 DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

