

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMBUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian | 10 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | 11 |
| A. Kajian Pustaka | 11 |
| 1. Manajemen Pemasaran | 11 |
| a. Defenisi Manajemen Pemasaran | 11 |
| b. Fungsi Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2. Minat Beli | 13 |
| a. Defenisi Minat Beli | 13 |
| b. Dimensi dan Indikator Minat Beli | 15 |
| 3. Kualitas Produk | 15 |
| a. Defenisi Kualitas Produk | 15 |
| b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk | 16 |
| 4. Perepsi Harga | 18 |
| a. Defenisi Persepsi Harga | 18 |
| b. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga | 19 |
| 5. <i>Brand Equity</i> | 22 |
| a. Defensisi <i>Brand Equity</i> | 22 |

| | |
|--|----|
| b. Dimensi dan Indikator <i>Brand Equity</i> | 23 |
| B. Penelitian Terdahulu | 24 |
| C. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis | 27 |
| D. Kerangka Pemikiran | 30 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 31 |
| B. Desain Penelitian | 31 |
| C. Defenisi dan Operasional Variabel | 32 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian | 36 |
| 1. Populasi | 36 |
| 2. Sampel Penelitian | 37 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 1. Data Primer | 38 |
| 2. Data Sekunder | 38 |
| F. Metode Analisis Data | 38 |
| 1. Statistik Deskriptif | 38 |
| 2. Uji Kualitas Data | 38 |
| 3. Uji Validitas | 39 |
| 4. Uji Reliabilitas | 39 |
| 5. Uji Asumsi Klasik | 40 |
| 6. Uji Regresi Linear Berganda | 42 |
| 7. Uji Ketepatan Model | 43 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 46 |
| A. Gambaran Umum Objek | 46 |
| 1. Profil Singkat Perusahaan..... | 46 |
| 2. Visi dan Misi Perusahaan..... | 48 |
| B. Karakteristik Profil Responden..... | 48 |
| 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 49 |
| 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan | 50 |
| 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 51 |
| 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..... | 52 |
| C. Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 53 |
| D. Hasil Uji Keabsahan Data | 57 |
| 1. Hasil Uji Validitas | 57 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| E. Hasil Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 1. Uji Normalitas | 61 |
| 2. Uji Multikolinieritas | 62 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas | 62 |
| F. Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 63 |

| | |
|--|----|
| G. Hasil Ketepatan Model..... | 64 |
| 1. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 64 |
| 2. Uji Uji Statistik F..... | 65 |
| 3. Uji Hipotesis (Uji t) | 66 |
| H. Pembahasan Hasil Penelitian | 68 |
| 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli..... | 68 |
| 2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli..... | 69 |
| 3. Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli | 70 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 72 |
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran..... | 72 |
| 1. Bagi Perusahaan Mobil Mazda..... | 73 |
| 2. Bagi Peneliti Selanjutnya | 74 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | 78 |

