

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SEKRIPI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Definisi Perilaku Konsumen	8
2. Citra Merek	11
a. Definisi Citra Merek	11
b. Faktor – Faktor Pembentukan Citra Merek	12
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek	12
3. Atribut Produk	14
a. Definisi Atribut Produk	14
b. Komponen Atribut Produk	15
c. Dimensi dan Indikator Atribut Produk	16
4. Persepsi Harga	18
a. Definisi Persepsi Harga	18
b. Faktor – Faktor dalam Mempengaruhi Harga	19
c. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga	20
5. Promosi	22
a. Definisi Promosi	22
b. Faktor – Faktor Mempengaruhi Pelaksanaan Promosi	23
c. Dimensi dan Indikator Promosi	24
6. Minat Beli	26
a. Definisi Minat Beli	26
b. Proses Pembelian	27

c. Dimensi dan Indikator Minat Beli	28
7. Penelitian Terdahulu	30
8. Hubungan Antar Variabel	34
a. Hubungan Antara Citra Merek dan Minat Beli	34
b. Hubungan Antara Atribut Produk dan Minat Beli	34
c. Hubungan Antara Persepsi Harga dan Minat Beli	35
d. Hubungan Antara Promosi dan Minat Beli	35
B. Kerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
1. Waktu Penelitian	38
2. Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
1. Citra Merek	39
2. Atribut Produk	39
3. Persepsi Harga	39
4. Promosi	39
5. Minat Beli	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian	43
2. Sampel Penelitian	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis	46
1. Statistik Deskriptif	46
2. Uji Kualitas Data	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	47
3. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Multikolinearitas	48
c. Uji Heteroskedastisitas	49
4. Analisis Regresi Linier Berganda	50
5. Uji Hipotesis	51
a. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	51
b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. Sejarah Umum Objek Penelitian	53
2. Visi dan Misi PT Astra Daihatsu Motor	54
a. Visi PT Astra Daihatsu Motor	54
b. Misi PT Astra Daihatsu Motor	54
3. Profil Mobil Daihatsu Xenia	54

a. Generasi Pertama	54
b. Generasi Kedua	54
B. Hasil Analisis Identitas Responden	55
1. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
2. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	56
3. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
C. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	57
1. Deskriptif Variabel Citra Merek	58
2. Deskriptif Variabel Atribut Produk	59
3. Deskriptif Variabel Persepsi Harga	60
4. Deskriptif Variabel Promosi	61
5. Deskriptif Variabel Minat Beli	62
D. Hasil Uji Kualitas Data	63
1. Hasil Uji Validitas	63
2. Hasil Uji Reliabilitas	66
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	67
1. Hasil Uji Normalitas	67
2. Hasil Uji Multikolinearitas	69
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	72
G. Hasil Uji Hipotesis	74
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	74
2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	75
H. Pembahasan Hasil Penelitian	77
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	77
2. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli	78
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	78
4. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87