

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN 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 Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
1. Kontribusi Praktis.....	11
2. Kontribusi Teoretis.....	11
BAB II TINJAUANPUSTAKA,RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Harga	15
3. Lokasi	20
4. Ekuitas Merek	23
5. Minat Beli.....	34
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Rerangka Konseptual	38
1. Harga dan Minat Beli	38
2. Lokasi dan Minat Beli	39
3. Ekuitas Merek dan Minat Beli	40

D. Hipotesis Penelitian	42
-------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	44
1. Variabel Penelitian	44
2. Operasional Variabel.....	45
3. Pengukuran Instrumen.....	47
D. Populasi dan Sampel	48
1. Populasi	48
2. Sampel.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data.....	52
1. Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Asumsi Klasik	52
3. Uji Regresi Linear	54
4. Uji Hipotesis.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian.....	58
B. Hasil Statistik Deskriptif	58
C. Hasil Deskriptif jawaban responden	59
1. Hasil deskriptif jawaban kuesioner variabel harga	60
2. Hasil deskriptif jawaban kuesioner variabel lokasi.....	61
3. Hasil deskriptif jawaban kuesioner variabel ekuitas merek	62
D. Hasil Uji Kualitas Data	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	65
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	66
1. Uji Normalitas.....	66
2. Uji Multikolinieritas	67
3. Uji Heteroskedastisitas	68

4. Uji Regresi Linier Berganda	69
5. Uji Hipotesis	73
F. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

