

DAFTAR ISI

LEMBAR PESETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Kajian Teori	16
2.1.1. Minat Beli	16
2.1.2. Harga	17
2.1.3. Kualitas Produk.....	18
2.1.4. Citra Merek	20
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka konseptual	23
2.4. Hipotesis Penelitian	25
2.4.1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	25
2.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	25
2.4.3. Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	26
2.4.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	26
2.4.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	27

2.4.6. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Citra Merek.....	28
2.4.7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Citra Merek	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Objek Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5. Definisi Operasional	33
3.6. Teknik Analisis Data	39
3.7. Analisis Statistik Deskriptif	39
3.8. Uji Measurement Model (Outer Model)	40
3.9. Uji Structural Model (Inner model)	42
3.10. Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Karakteristik Responden	43
4.2. Uji Statistik Deskriptif	46
4.3.1. Statistik Variabel Deskriptif Harga	46
4.3.2. Statistik Variabel Deskriptif Kualitas Produk	48
4.3.3. Statistik Variabel Deskriptif Citra Merek	49
4.3.4. Statistik Variabel Deskriptif Minat Beli	50
4.3. Uji Statistik Inferensial	52
4.4.1. Analisis Outer Model (<i>Measurement Model</i>)	52
4.4.2. Uji Reliabilitas	55
4.4.3. Analisis Inner Model (<i>Structural Model</i>)	57
4.4. Pengujian Hipotesis	59
4.5. Pembahasan.....	62
4.6.1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	62
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	63

4.6.3. Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek.....	64
4.6.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	65
4.6.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	66
4.6.6. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli melalui Citra Merek	67
4.6.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli melalui Citra Merek	68
4.6. Implikasi	69
4.7.1. Implikasi Teoritis	69
4.7.2. Implikasi Praktis	70
BAB V PENUTUP.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran	72
5.2.1. Bagi Perusahaan.....	72
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	85