

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
2.1 Kajian Teoritik	7
2.1.1 Minat Beli	7
BAB II KAJIAN TEORITIK	7
2.1.1.1 Aspek-aspek Minat Beli	7
2.1.1.1.1 Indikator Minat Beli	8
2.1.2 Iklan	8
2.1.2.1 Tujuan Periklanan dan Fungsi Periklanan.....	9
2.1.2.2 Jenis Iklan Berdasarkan Media yang Digunakan	10
2.1.2.3 Indikator Iklan	10
2.1.3 Harga.....	11
2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	12
2.1.3.3 Indikator Harga	12
2.2 Tinjauan Pustaka	13
2.3 Kerangka Berfikir	16
2.4 Hipotesis	17

BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.2.1 Populasi Penelitian	19
3.2.2 Sampel Penelitian	19
3.3 Jenis Sumber Data Penelitian.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Skala Pengukuran Data	21
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	21
3.6.1 Variabel Penelitian	21
3.6.2 Variabel dan Pengukuran	21
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	23
3.8 Teknik Analisis Data	23
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	23
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	23
1. Uji Normalitas	23
2. Uji Multikolinearitas	24
3. Uji Heterokedastisitas	24
3.9 Pengujian Hipotesis	25
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.9.2 Uji t dan Uji F	25
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	26
BAB IV.....	27
4.1 Objek Penelitian.....	27
4.2 Karakteristik Responden.....	27
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
4.3.1 Uji Validitas	29
4.3.2 Uji Reliabilitas	31
4.4 Analisis Data.....	31
4.4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	31
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	33
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	33
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	34

4.4.2.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	35
4.4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	35
4.4.3.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi	37
4.5	Interprestasi Hasil	38
4.5.1	Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli.....	38
4.5.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		42
5.1	Kesimpulan	42
5.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....		44
LAMPIRAN.....		48

