

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
1.1 Kajian Teori.....	15
2.2 Gambar Model Penelitian.....	36
2.3 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	37
2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Data Penelitian.....	43
3.3 Metode Penelitian.....	44
3.4 Objek Penelitian	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Definisi Operasional Variabel	47
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.9 Analisis Data Penelitian	50
3.9.2 Uji Multikolinearitas	51
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51

3.10 Uji Hipotesis.....	52
3.10.1 Koefisien Determinasi.....	52
3.10.2 Uji F (Anova).....	52
3.10.3 Uji t (Parsial).....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	54
4.1 Hasil Analisis Data.....	54
4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian	54
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Responden Penelitian	57
4.1.3 Hasil Uji Validitas.....	58
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	60
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	60
4.1.5.2 Hasil Uji Heteroskedasitas	61
4.1.5.3 Hasil Uji Multikolinearitas	62
4.1.6 Uji Hipotesis	63
4.1.6.1 Uji Koefisien Determinasi.....	63
4.1.6.2 Uji F.....	64
4.1.6.3 Uji T	65
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh <i>Product features</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	67
4.2.2 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
4.2.3 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	69
4.2.4 Pengaruh <i>Social influencess</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72