

DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
CURICULUM VITAE	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Asumsi.....	7
BAB II : KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Iklan.....	8
2.1.1 Pengertian Iklan	8
2.1.2 Fungsi Iklan.....	9
2.1.3 Media Periklanan	10
2.1.4 Indikator Iklan.....	11
2.2 Kualitas Produk	12
2.2.1 Pengertian Produk	12
2.2.2 Tingkatan Produk	12
2.2.3 Kualitas Produk.....	13

2.2.4 Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Produk	14
2.2.5 Indikator Kualitas Produk	14
2.3 <i>Brand Image</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.3.2 Manfaat <i>Brand Image</i>	16
2.3.3 Faktor Yang Memengaruhi <i>Brand Image</i>	16
2.3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.4 Minat Beli.....	17
2.4.1 Pengertian Minat Beli	17
2.4.2 Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli.....	18
2.4.3 Indikator Minat Beli.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Berpikir	22
2.7 Hipotesis.....	24
BAB III : METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Variabel Penelitian	25
3.3 Populasi Dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Sumber Data Dan Metode Pengambilan Data.....	31
3.4.1 Sumber Data.....	31
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Metode Analisis Data	32
3.5.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	32
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	36
3.5.4 Koefisien Determinasi.....	37
3.5.5 Pengujian Hipotesis Regresi	37
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Deskripsi Responden.....	41
4.1.2 Deskripsi Data.....	43
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	47
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	52

4.2.4 Koefisien Determinasi.....	53
4.2.5 Uji Hipotesis.....	54
4.2.6 Hasil Kerangka Berpikir Dan Pembahasan.....	58
4.3 Pembahasan.....	59
4.3.1 Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan <i>Brand Image</i> Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen	59
4.3.2 Pengaruh Iklan Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen	60
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk secara Parsial terhadap Minat Beli konsumen	61
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> secara Parsial terhadap Minat Beli konsumen	61
4.3.5 Pengaruh yang Dominan antara Iklan, Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli konsumen	62
 BAB V : PENUTUP.....	 63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

