

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II.....	10
2.1 Kesadaran Merek .....	10
2.1.1 Pengertian Kesadaran Merek .....	10
2.1.2 Kesadaran Merek terhadap Minat Pembelian .....	11
2.1.3 Indikator Kesadaran Merek.....	11
2.2 Persepsi Harga .....	12
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga .....	12
2.2.2 Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian .....	13
2.2.3 Indikator Persepsi Harga.....	13
2.3 Persepsi Kualitas Produk .....	14
2.3.1 Pengertian Kualitas .....	14

2.3.2 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.3 Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian.....	15
2.3.4 Indikator Kualitas Produk .....	15
2.4 Minat Beli .....	16
2.4.1 Pengertian Minat Beli .....	16
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen .....	16
2.4.3 Indikator Minat Beli.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu .....	18
2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	21
2.6.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Pembelian.....	21
2.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian .....	22
2.6.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian .....	22
2.6.4 Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian .....	23
2.7 Bagan Alur Bepikir.....	23
2.8 Kerangka Konseptual.....	25
<b>Bab III</b> .....	<b>26</b>
3.1 Desain Penelitian .....	26
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Data Primer .....	30
3.4.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Lokasi dan Waktu .....	31
3.6 Metode Analisis Data.....	31
3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran .....	31
3.6.2 Persamaan Regresi .....	33
3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	34
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.5 Uji Hipotesis .....	36
<b>Bab IV</b> .....	<b>38</b>
4.1 Analisis Deskriptif .....	38

4.1.1 Penyaringan Pertanyaan .....	38
4.1.2 Profil Responden.....	38
3.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	40
4.2.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Merek .....	40
4.2.2 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga .....	42
4.2.3 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Kualitas Produk .....	43
4.2.4 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Minat Beli .....	44
4.3 Uji Kualitas Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas .....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1 Uji Normalitas.....	49
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.4.3 Uji Multikolinearitas .....	52
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	53
4.5.1 Uji T .....	53
4.5.2 Uji F .....	58
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	59
Bab V .....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
5.2.1 Untuk Ngikan Yuk Cengkareng.....	61
5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	67