

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGSAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi masalah	4
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
2.1 Minat Beli	7
2.1.1 Dimensi Minat Beli	7
2.2 Variasi Produk	8
2.2.1 Produk	8
2.2.2 Klasifikasi Produk	9
2.2.3 Dimensi Variasi Produk	9
2.3 Persepsi Harga	10
2.3.1 Definisi Persepsi Harga	10
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	11

2.3.3	Dimensi Persepsi Harga	11
2.4	Pengertian Lokasi	12
2.4.1	Faktor-Faktor Pensepsi Lokasi	12
2.4.2	Pemilikan Lokasi	13
2.4.3	Indikator-Indikator Pensepsi Lokasi	13
2.5	Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.6	Hubungan Antar Variabel	18
2.6.1	Hubungan Variasi Produk Dengan Minat Beli	18
2.6.2	Hubungan Persepsi Harga Dengan Minat Beli	18
2.6.3	Hubungan Lokasi Dengan Minat Beli	19
2.7	Hipotesis	19
2.8	Model Penelitian	19
BAB III		21
METODE PENELITIAN		21
3.1	Desain Riset	21
3.2	Obyek Penelitian	21
3.3	Tempat Dan Waktu Penelitian	22
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Sampel	22
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5	Unit Analisis Data	23
3.6	Definisi Operasional Variabel	23
3.6.1	Variabel Independen	23
3.6.2	Variabel Dependen (Y)	24
3.7	Operasional Variabel	24
3.8	Teknik Analisis Data	28
3.8.1	Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	28
3.8.2	Uji Acuan Klasik	29
3.9	Metode Analisis Data	30
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.10	Uji Hipotesis	30
3.10.1	(Uji t)	30
3.10.2	(Uji F)	31

3.10.3 (Koefisien Determinasi R^2).....	31
BAB IV	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Deskriptif Data/ Karakteristik Responden.....	33
4.1.2 Uji Validitas.....	37
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	40
4.2 Analisis Deskriptif Penelitian.....	40
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.2 Uji Normalitas.....	45
4.3.3 Uji Multikolinieritas.....	46
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
4.5 Uji Hipotesis.....	47
4.5.1 Uji F.....	47
4.5.2 Uji t.....	48
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB V	50
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
5.1.1 Pengaruh Variasi Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	50
5.1.2 Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	50
5.1.3 Lokasi (X3) terhadap Minat Beli (Y).....	51
5.1.4 Pengaruh Variasi Produk (X1), Persepsi Harga (X2), Lokasi (X3) terhadap Minat Beli (Y).....	52
5.1.5 Pengaruh Lokasi lebih dominan terhadap Minat Beli.....	52
5.2 Temuan Penelitian.....	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB VI	54
6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran.....	54
6.3 Implikasi Penelitian.....	55
6.3.1 Impikasi Teoritis.....	55
6.3.2 Implikasi Praktis.....	55
DAFTAR REFERENSI	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Skala Likert.....	21
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 3.3	Kriteria Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hasil Pra Survey Variasi Produk Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.2	Hasil Pra Survey Harga Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.3	Hasil Pra Survey Lokasi Dum Dum Thai Tea.....	4
Gambar 2.1	Persepsi Harga.....	11
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	20
Gambar 1.1	Hasil Pra Survey Variasi Produk Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.2	Hasil Pra Survey Harga Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.3	Hasil Pra Survey Lokasi Dum Dum Thai Tea.....	4
Gambar 2.1	Persepsi Harga.....	11
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	20
Gambar 1.1	Hasil Pra Survey Variasi Produk Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.2	Hasil Pra Survey Harga Dum Dum Thai Tea.....	3
Gambar 1.3	Hasil Pra Survey Lokasi Dum Dum Thai Tea.....	4
Gambar 2.1	Persepsi Harga.....	11
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	20

