

## DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u> .....	1
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	6
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT</i> .....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I <u>PENDAHULUAN</u> .....	15
1.1 Latar Belakang .....	16
1.2 Identifikasi Masalah Dan Pembatasan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
2.1.1 Pembatasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II <u>TINJAUAN PUSTAKA</u> .....	22
2.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	22
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	22
2.1.2 Dimensi <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	22
2.1.3 Manfaat Merek .....	23
2.2 Kualitas Produk .....	23
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.2.2 Indikator Kualitas Produk .....	23

2.2.3 Dimensi Kualitas Produk .....	23
2.2.4 Tingkatan Produk .....	25
2.3 Persepsi Harga.....	25
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	25
2.3.2 Dimensi Persepsi Harga .....	25
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga .....	26
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	26
2.4 Minat Beli.....	27
2.4.1 Pengertian Minat Beli.....	27
2.4.2 Indikator Minat Beli .....	27
2.4.3 Faktor-faktor Minat Beli .....	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.6.1. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli.....	32
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	24
2.6.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	33
2.7 Hipotesis Penelitian.....	33
2.8 Model Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Riset.....	35
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	35
3.2.1 Jenis Data .....	35
3.2.2 Sumber Data.....	35
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4 Unit Analisis.....	29

3.5 Definisi Oprasional Variabel.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Instrumen .....	33
3.6.2.1 Uji Validitas .....	33
3.6.2.2 Uji Reabilitas.....	34
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	35
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	35
3.6.2.3 Uji Heteroskedastistas .....	36
3.6.3 Metode Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.7 Uji Hipotesis.....	36
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.7.2 Uji F (Uji Simultan) .....	37
3.7.3 Uji t (Uji Parsial).....	37
3.7.4 Koefisien determinan ( $R^2$ ).....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	39
4.2 Hasil Instrumen Data.....	42
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	42
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas .....	46
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	48
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	51
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
4.5.2 Hasil Uji F .....	56

4.5.3 Hasil Uji t .....	57
4.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
BAB V PEMBAHASAN .....	59
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
5.1.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	59
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	60
5.1.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	60
5.1.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	61
5.2 Temuan Penelitian.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	62
BAB VI PENUTUP .....	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran.....	64
6.3 Implikasi Penelitian.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pra Survey .....	62
LAMPIRAN 2 Kuesioner .....	63
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data Pre Test .....	67
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas .....	69
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Reabilitas .....	72
LAMPIRAN 6 Tabulasi Data 100 Responden .....	74
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	75
LAMPIRAN 8 Hasil Uji Hipotesis .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Brand Makeup</i> Terlaris Agustus 2021 .....	3
Gambar 1.2 Hasil <i>Pra Survey</i> .....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25
Gambar 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	38
Gambar 4.2 Karakteristik Deskriptif Pekerjaan Responden .....	39
Gambar 4.3 Karakteristik Deskriptif Pendapatan Responden.....	39
Gambar 4.4 Karakteristik Deskriptif Berapa Lama Menggunakan Produk .....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Skala Likert .....	26
Tabel 3 Operasional Variabel Penelitian .....	30
Tabel 3.3 Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	41
Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Produk .....	42
Tabel 4.3 Uji Validitas Persepsi Harga .....	43
Tabel 4.4 Uji Validitas Minat Beli .....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas .....	45
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4.10 Indeks <i>Brand Image</i> .....	48
Tabel 4.11 Indeks Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.12 Indeks Persepsi Harga .....	48
Tabel 4.13 Indeks Minat Beli .....	48
Tabel 4.14 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel 4.15 Uji F .....	50
Tabel 4.16 Uji t .....	51
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi .....	52