

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	9
2.1.2 Kesesuaian diri (<i>Self Congruity</i>)	10
2.1.3 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	11
2.1.4 Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Hubungan Antar Variabel	16
2.3.1 Citra Merek Terhadap Niat Beli Konsumen	16
2.3.2 Kesesuaian Diri Terhadap Niat Beli Konsumen	16

2.3.3 Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli konsumen.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17
2.5 Model Penelitian	18
BAB III	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Riset	22
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	22
3.2.1 Jenis Data	22
3.2.2 Sumber data.....	22
3.3. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4 Unit Analisis	23
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.6 Uji Instrumen Penelitian	26
3.6.1 Uji Validitas.....	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7 Metode Analisa Data	28
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.7.2 Regresi Linier Berganda	28
3.7.3 Uji Parsial (t)	29
3.7.4 Uji Simultan (F).....	29
3.7.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	30
BAB IV	35
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	35
4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.1.1 Profil Responden.....	35
4.2 Statistik Deskriptif Variabel	38
4.2.1 Variabel Citra Merek (X1).....	38

4.2.2 Deskripsi Variabel Kesesuaian Diri	38
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas	39
4.2.4 Deskripsi Variabel Niat Beli Konsumen	39
BAB V	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	43
5.1.1 Hasil Uji Validitas.....	43
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	44
5.2 Uji Asumsi Klasik	45
5.2.1 Uji Normalitas	45
5.2.2 Uji Multikolinearitas	45
5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
5.3 Hasil Analisis Linear Berganda.....	46
5.3.1 Hasil Uji F	47
5.3.2 Hasil Uji T	47
5.3.3 Koefisien Determinasi.....	48
5.4 Pembahasan Hipotesis	48
5.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Konsumen	48
5.4.2 Pengaruh Kesesuaian Diri Terhadap Niat Beli Konsumen	49
5.4.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Konsumen	50
5.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kesesuaian Diri Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Konsumen	50
5.4.5 Temuan Penelitian	51
5.4.6 Kelemahan Penelitian.....	51
BAB VI	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60