

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Identifikasi Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Praktis	15
1.5.2 Aspek Teoritis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Rangkuman Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3 <i>Product</i>	18
2.1.4 <i>Price</i>	21
2.1.5 <i>Place</i>	22
2.1.6 <i>Promotion</i>	23

2.1.7	Minat Beli	25
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran	42
2.4	Hipotesis Penelitian.....	44
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran	45
3.2.1	Variabel Operasional	45
3.3	Tahapan Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1	Data Sekunder.....	53
3.5.2	Data Primer	53
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.6.1	Uji Validitas.....	55
3.6.2	Uji Reliabilitas	57
3.7	Teknik Analisis Data	58
3.7.1	Analisis Deskriptif	58
3.7.2	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	59
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.4	Regresi Linier Berganda	62
3.8	Pengujian Hipotesis.....	62
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)	62
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F).....	64
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Karakteristik Responden	66
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66

4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan	68
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Analisis Deskriptif	68
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2.2.1	Uji Normalitas	79
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas	81
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas	82
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.2.4	Uji Hipotesis	85
4.2.4.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	85
4.2.4.2	Uji Regresi Simultan atau Serentak (Uji F)	88
4.2.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	89
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif <i>Product</i>	89
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif <i>Price</i>	89
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif <i>Place</i>	90
4.3.4	Hasil Analisis Deskriptif <i>Promotion</i>	90
4.3.5	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli	91
4.3.6	Pengaruh <i>Product</i> terhadap Minat Beli	91
4.3.7	Pengaruh <i>Price</i> terhadap Minat Beli.....	92
4.3.8	Pengaruh <i>Place</i> terhadap Minat Beli	92
4.3.9	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Minat Beli	93
4.3.10	Pengaruh <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Place</i> dan <i>Promotion</i> secara bersama - sama terhadap Minat Beli.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	96
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	96
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	96

DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101