

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Misi dan Pendekatan Samsung	2
1.1.2 <i>Core Value</i> Samsung.....	3
1.1.3 Lima Prinsip Bisnis Samsung	4
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.6.1 Aspek Teoritis	14
1.6.2 Aspek Praktis	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.8 Sistematika Tugas Akhir.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian.....	17
2.1.1 Pemasaran	17

2.1.2 <i>Brand</i>	17
2.1.3 <i>Brand Value</i>	18
2.1.4 <i>Brand Core Value</i>	19
2.1.5 Niat Beli	19
2.1.6 Niat Beli <i>Online</i>	20
2.1.7 Hubungan <i>Brand core value</i> dan Niat beli <i>online</i>	20
2.1.8 Manfaat Fungsional.....	21
2.1.9 Manfaat Emosional	21
2.1.10 Manfaat Ekspresi Diri	21
2.1.11 Nilai Rasional.....	22
2.1.12 Nilai Emosional.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Operasional Variabel	32
3.2.1 Skala Pengukuran.....	34
3.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.4.3 Teknik Sampling	37
3.5 Pengumpulan Data	38
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	45

3.7.4 Pengujian Hipotesis	47
3.4.1 Pengujian Hipotesis dengan Uji T	47
3.7.4.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji F.....	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	53
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Analisis Deskriptif	55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.2.4 Uji Hipotesis	71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.3.1 Pengaruh Nilai Rasional (X1) terhadap Niat Beli <i>Online</i> (Y)	73
4.3.2 Pengaruh Nilai Emosional (X2) terhadap Niat Beli <i>Online</i> (Y)	74
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Praktis	76
5.2.2 Saran Teoritis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84