

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah .....	7
1.4. Rumusan Masalah .....	8
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.5.1. Maksud Penelitian .....	8
1.5.2. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Kegunaan Penelitian .....	9
1.6.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.6.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian .....	10
1.7.1. Tempat Penelitian .....	10
1.7.2. Waktu Penelitian.....	10
1.8. Tabel Waktu Penelitian.....	11

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3. Merek .....	16
2.1.3.1 Definisi Merek .....	16
2.1.3.2 Manfaat dan Keuntungan Merek .....	18
2.1.3.3 Citra Merek .....	19
2.1.3.4 Dimensi Citra Merek .....	20
2.1.4. Produk .....	24
2.1.4.1 Pengertian Produk .....	24
2.1.4.2 Klasifikasi produk .....	25
2.1.4.3 Kualitas Produk .....	27
2.1.4.4 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	28
2.1.5. Minat beli .....	30
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli.....	30
2.1.5.2 Dimensi Minat Beli .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	34
2.3. Kerangka Pemikiran .....	35
2.4.1. Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	36
2.4.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	36
2.4. Hipotesis.....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN...</b>	<b>38</b>
3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Metode Penelitian .....	39
3.3. Sumber dan Jenis Data .....	40
3.3.1. Jenis Data Penelitian .....	40
3.3.2. Sumber Data Penelitian .....	40
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.3.4. Instrumen Penelitian .....	42
3.3.5. Skala Pengukuran Instrumen .....	43
3.4. Populasi Dan Sampel .....	44
3.4.1. Populasi .....	44
3.4.2. Sampel .....	45
3.5. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
3.6. Metode Transformasi Data .....	49
3.7. Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian .....	50
3.7.1. Pengujian Validitas .....	50
3.7.2. Pengujian Reabilitas .....	51
3.8. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	52
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	52
3.8.2. Uji Normalitas Data .....	54
3.8.3. Uji Asumsi Klasik .....	54
3.8.3.1 Uji Multikolonieritas .....	54
3.8.3.2 Uji Heterokedastisitas .....	55
3.8.4. Metode Analisis ... ..	56
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.8.4.2 Uji R (Koefisien Korelasi) .....	57
3.8.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
3.8.5. Uji Regresi Parsial (Uji t) .....	60

3.8.6. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F) .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	65
4.1.1. Gambaran Umum Responden .....	65
4.1.2. Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	69
4.1.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	69
4.1.2.2 Hasil Pengujian Reabilitas .....	71
4.1.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	72
4.1.3.1 Variabel Citra Merek (X1).....	73
4.1.3.2 Variabel Kualitas Produk (X2).....	75
4.1.3.3 Variabel Minat Beli (Y).....	77
4.1.4. Hasil Uji Normalitas.....	80
4.1.5. Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
4.1.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.1.7. Hasil Metode Analisis Data.....	83
4.1.7.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
4.1.7.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi (Uji R).....	84
4.1.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
4.1.8. Hasil Pengujian Hipotesis.....	87
4.1.8.1 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji t).....	87
4.1.8.1.1 Hasil Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y).....	87
4.1.8.1.2 Hasil Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y).....	89
4.1.8.2 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Uji f).....	91
4.2. Pembahasan.....	93
4.2.1. Kondisi Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli Cat Tembok Propan di Depo Bangunan Bandung.....	93

4.2.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	94
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	95
4.2.4. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Cat Tembok Propan di Depo Bangunan Bandung.....	96
<b>BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xvi</b>

