

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 10 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Kerangka Teoritis..... | 13 |
| 2.1.1 Minat Beli | 13 |
| 2.1.1.1 Pengertian Minat Beli..... | 13 |
| 2.1.1.2 Faktor-faktor Minat Beli Konsumen | 15 |
| 2.1.1.3 Tahapan dalam Menumbuhkan Minat Beli Konsumen..... | 15 |
| 2.1.1.4 Faktor Diantara Minat Pembelian dan Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.1.1.5 Indikator Minat Beli | 18 |
| 2.1.2 Citra Merek | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2.1 Pengertian Citra Merek..... | 19 |
| 2.1.2.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek | 21 |
| 2.1.2.3 Aspek Pembuat Citra Merek Menjadi Begitu Bervariasi | 22 |
| 2.1.2.4 Dimensi Citra Merek | 23 |
| 2.1.2.5 Indikator Citra Merek | 24 |
| 2.1.3 Kepercayaan Merek | 28 |
| 2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Merek..... | 28 |
| 2.1.3.2 Komponen Kepercayaan Merek | 29 |
| 2.1.3.3 Aspek-aspek Kepercayaan..... | 29 |
| 2.1.3.4 Dimensi Kepercayaan Merek | 31 |
| 2.1.3.5 Indikator Kepercayaan Merek | 32 |
| 2.2 Penelitian Yang Relevan..... | 33 |
| 2.3 Kerangka Berfikir..... | 48 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 49 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 50 |
| 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian..... | 50 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 50 |
| 3.2.1 Populasi..... | 50 |
| 3.2.2 Sampel..... | 51 |
| 3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional | 52 |
| 3.3.1 Variabel Penelitian..... | 52 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.2 Defenisi Operasional..... | 53 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 54 |
| 3.5 Uji Instrumen Penelitian | 57 |
| 3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas | 57 |
| 3.5.1.1 Uji Validitas..... | 57 |
| 3.5.1.2 Uji Reabilitas | 58 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 59 |
| 3.6.1 Uji Asumsi Klasik..... | 59 |
| 3.6.1.1 Uji Normalitas | 59 |
| 3.6.1.2 Uji Multikolinearitas | 60 |
| 3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas | 61 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 61 |
| 3.6.3 Uji Hipotesis | 62 |
| 3.6.3.1 Uji t | 62 |
| 3.6.3.2 Uji F..... | 63 |
| 3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 64 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 65 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 65 |
| 4.1.1 Profil Toko | 65 |
| 4.1.2 Sejarah Toko | 65 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Toko..... | 66 |
| 4.1.4 Kerjasama Toko dengan Kosmetik Wardah..... | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2 Identifikasi Responden | 68 |
| 4.3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas Angket | 68 |
| 4.3.1 Variabel Citra Merek (X1) | 68 |
| 4.3.2 Variabel Kepercayaan Merek (X2) | 70 |
| 4.3.3 Variabel Minat Beli (Y) | 71 |
| 4.4 Transformasi Skala Data Ordinal menjadi Data Interval | 73 |
| 4.5 Teknik Analisis Data | 73 |
| 4.5.1 Uji Asumsi Klasik | 73 |
| 4.5.1.1 Uji Normalitas | 73 |
| 4.5.1.2 Uji Multikolineritas | 75 |
| 4.5.1.3 Uji Heterokedesitas | 77 |
| 4.6 Analisis Regresi Berganda | 78 |
| 4.7 Uji Hipotesis | 79 |
| 4.7.1 Pengujian Hipotesis secara Parsial Menggunakan Uji t | 79 |
| 4.7.2 Pengujian Hipotesis secara Simultan Menggunakan Uji F ... | 80 |
| 4.7.3 Koefisien Determinasi (R Square) | 81 |
| 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian | 82 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 86 |
| 5.1 Kesimpulan | 86 |
| 5.2 Saran | 87 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN