

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1. Minat Beli	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	14
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	17
2.2 Penelitian Relevan	19
2.3 Kerangka Berpikir	23

2.4 Hipotesis	25
Bab III METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel	26
3.4 Variabel Penelitian	27
3.5 Definisi Operasional Variabel	28
3.6 Desain Penelitian	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.8 Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.8.1 Instrumen Penelitian	30
3.8.2 Uji Instrumen Penelitian	32
3.9 Prosedur Penelitian.....	32
3.10 Teknik Analisis Data	33
3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.10.2 Analisis Regresi Berganda.....	35
3.10.3 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Deskripsi IndiHome	38
4.1.2 Hasil Penelitian	39
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian	51

4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.5 Hasil Uji Linear Berganda	57
4.1.6 Uji Hipotesis	59
4.2 Pembahasan Penelitian	62
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	62
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Minat Beli	63
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> secara simultan terhadap Minat Beli	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

