

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Penelitian.....	7
1.6 Hipotesis	14
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Pengertian Merek	16
2.3 Private Label	19
2.4 Harga	20
2.5 Kualitas Produk	24
2.6 Minat Beli	27
2.7 Penelitian Terdahulu	32
III. METODE PENELITIAN	

3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Metode Pengumpulan Data	33
3.3	Jenis data	33
3.4	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	34
	3.4.1 Variabel Penelitian	34
	3.4.2 Operasional Variabel	35
3.5	Populasi dan Sampel	36
	3.5.1 Populasi	36
	3.5.2 Sampel	36
3.6	Skala Pengukuran Variabel	37
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas	37
	3.7.1 Uji Validitas	37
	3.7.2 Uji Reabilitas	38
3.8	Alat Analisis	39
	3.8.1 Analisis Kualitatif	39
	3.8.2 Analisis Kuantitatif	39
	3.8.2.1 Uji Regresi Linear Berganda	39

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner	41
	4.1.1 Uji Validitas	41
	4.1.2 Uji Reliabilitas	43
4.2	Tabulasi Silang Identitas responden	44
	4.2.1 Tabulasi Jenis Kelamin dan Usia	44
	4.2.2 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Jenis Kelamin	45
	4.2.3 Tabulasi Jenis Pengeluaran dan Jenis Kelamin	46
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	46
	4.3.1 Tanggapan Tentang Harga	47
	4.3.2 Tanggapan Konsumen Tentang Kualitas Produk	48
	4.3.3 Penilaian Responden Terhadap Minat Beli	49

4.4	Analisis Hasil Penelitian.....	50
4.4.1	Uji Regresi Berganda	50
4.4.2	Uji Simultan (Uji F)	52
4.4.3	Uji Parsial (Uji T)	51

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	55
5.2	Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN