

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Motto.....	vi
Persembahan	vii
Pedoman Translitasi Arab-Latin	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi

BAB I :PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2. Minat Beli.....	13
a. Pengertian Minat Beli	13
b. Indikator Minat Beli	15
3. Desain Produk.....	15
a. Pengertian Desain Produk.....	15
b. Dasar Membuat Desain Produk	16
c. Dimensi Desain Produk	17
d. Indikator Desain Produk	19
4. Variasi Produk	19
a. Pengertian Variasi Produk	19
b. Dimensi Variasi Produk	20
c. Indikator Variasi Produk	21
5. <i>Brand Image</i>	21

a. Pengertian <i>Brand Image</i>	21
b. Strategi Pengembangan Identitas Merek (<i>Brand</i>)	22
c. Manfaat <i>Brand Image</i>	23
d. Tolak Ukur <i>Brand Image</i>	23
e. Indikator <i>Brand Image</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berfikir	32
D. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	35
B. Sumber Data	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Tata Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional	37
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	45
1. Gambaran Obyek Penelitian	45
a. Profil <i>Jims Honey</i>	45
b. Deskripsi Responden)	49
c. Deskripsi Data Responden	51
2. Analisis Data	57
a. Uji Validitas Instrumen	57
b. Uji Pra Syarat	59
1) Uji Normalitas	59
2) Uji Multikoloniaritas	60
3) Uji Heterokedastisitas	61
c. Hipotesis	61
1) Uji Regresi Linear Berganda	62
2) Uji Parsial (Uji T)	63
3) Uji Simultan (F)	65
4) Uji Koefisien Determinasi	65
B. Pembahasan	66
1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli (H1)	66
2. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli (H2)	67

3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli(H3)	69
--	----

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	71
B. Saran-saran	71

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Sampel Perusahaan dan Komposisi Laporan Keuangan	7
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	: Daftar Populasi Perusahaan.....	38
Tabel 4.1	: Nama Produk Dan Harga Tas <i>Jims Honey</i>	46
Tabel 4.2	: Nama Produk dan Harga Dompot <i>Jims Honey</i>	47
Tabel 4.3	: Nama Produk dan Harga jam Tangan <i>Jims Honey</i>	48
Tabel 4.4	: Jenis Kelamin responden.....	49
Tabel 4.5	: Usia Responden.....	50
Tabel 4.6	: Fakultas Responden.....	50
Tabel 4.7	: Deskripsi pendapatan Uang Saku Responden	51
Tabel 4.8	: Hasil Jawaban Responden Variabel Desain Produk	51
Tabel 4.9	: Hasil Jawaban Responden Variabel Variasi Produk	53
Tabel 4.10	: Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4.11	: Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	55
Tabel 4.12	: Hasil Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4.13	: Hasil uji Reabilitas	58
Tabel 4.14	: Hasil Uji Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.15	: Ringkasan Hasil Uji Hipotesi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berpikir 32
Gambar 4.1: Hasil Uji Normalitas Histogram 59
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas P-P Plot..... 60
Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas 61

