

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT UNTUK TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pokok Masalah	4
C. Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Ruang Lingkup Penelitian	5
3. Manfaat Penelitian	6
D. Kerangka Penulisan	6
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Kemasan	8
2. Persepsi Harga	9
3. Citra Merek	10
4. Persepsi Kualitas	11
5. Niat Beli	12
B. Penelitian Terdahulu	13
1. Kaitan antara Kemasan dengan Persepsi Harga	13
2. Kaitan antara Kemasan dengan Citra Merek	13
3. Kaitan antara Kemasan dengan Persepsi Kualitas	14
4. Kaitan antara Citra Merek dengan Persepsi Harga	15
5. Kaitan antara Citra Merek dengan Niat beli	16
6. Kaitan antara Persepsi Kualitas dengan Citra Merek	17
7. Kaitan antara Persepsi Harga dengan Niat Beli	18
8. Kaitan antara Persepsi Kualitas dengan Niat Beli	18
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Periode Penelitian	32
B. Sumber dan Pengumpulan Data	32
1. Populasi	32

2. Rancangan Sampling	33
3. Prosedur Sampling	33
C. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	34
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	34
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	34
D. Metode Analisis	37
1. Analisis Validitas dan Reliabilitas	38
2. Analisis Data	
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN	
A. Deskripsi Subjek Penelitian	41
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	43
B. Deskripsi Objek Penelitian	44
1. Kemasan	44
2. Persepsi Harga	45
3. Persepsi Kualitas	45
4. Citra Merek	46
5. Niat Beli	47
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	47
1. Validitas	47
2. Reliabilitas	48
D. Hasil Analisis Data	49
1. Hasil Analisis Multikolinearitas	49
2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
3. Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	51
E. Hasil Uji Hipotesis	52
1. Uji Hipotesis Pertama	52
2. Uji Hipotesis Kedua	52
3. Uji Hipotesis Ketiga	53
4. Uji Hipotesis Keempat	54
5. Uji Hipotesis Kelima	54
6. Uji Hipotesis Keenam	55
7. Uji Hipotesis Ketujuh	56
8. Uji Hipotesis Kedelapan	56
F. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	64
B. Keterbatasan dan Saran	64
1. Keterbatasan	64
2. Saran	65
DAFTAR KEPUSTAKAAN	67
LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kaitan Antara Kemasan Dengan Persepsi Harga	13
Gambar 2.2	Kaitan Antara Kemasan Dengan Citra Merek	14
Gambar 2.3	Kaitan Antara Kemasan Dengan Persepsi Kualitas	15
Gambar 2.4	Kaitan Antara Citra Merek Dengan Persepsi Harga	16
Gambar 2.5	Kaitan Antara Citra Merek Dengan Niat Beli	17
Gambar 2.6	Kaitan Antara Persepsi Kualitas Dengan Citra Merek	17
Gambar 2.7	Kaitan Antara Persepsi Harga Dengan Niat Beli	18
Gambar 2.8	Kaitan Antara Persepsi Kualitas Dengan Niat Beli	19
Gambar 2.9	Kerangka Penelitian	19
Gambar 2.10	Model Penelitian	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Definisi Konseptual Kemasan	9
Tabel 2.2	Definisi Konseptual Persepsi Harga	10
Tabel 2.3	Definisi Konseptual Citra Merek	11
Tabel 2.4	Definisi Konseptual Persepsi Kualitas	12
Tabel 2.5	Definisi Konseptual Niat Beli	13
Tabel 2.6	Matriks Kajian Literatur	20
Tabel 3.1	Bobot dan Kategori Pengukuran	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kemasan	35
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga	35
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	36
Tabel 3.5	Operasionalisasi Variabel Persepsi Kualitas	36
Tabel 3.6	Operasionalisasi Variabel Niat Beli	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	44
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kemasan Produk BOSCH	45
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Persepsi Harga Produk BOSCH	45
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Citra Merek Produk BOSCH	46
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Persepsi Kualitas Produk BOSCH	46
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Niat Beli Produk BOSCH	47
Tabel 4.11	Hasil Analisis Validitas Konvergen	48
Tabel 4.12	Hasil Analisis Validitas Diskriminan	48
Tabel 4.13	Hasil Analisis Reliabilitas Indikator	49
Tabel 4.14	Hasil Analisis Konsistensi Internal	49
Tabel 4.15	Hasil Analisis Multikolinearitas	50

Tabel 4.16	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.17	Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	51
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis Pertama	52
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis Kedua	53
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Ketiga	53
Tabel 4.21	Hasil Uji Hipotesis Keempat	54
Tabel 4.22	Hasil Uji Hipotesis Kelima	55
Tabel 4.23	Hasil Uji Hipotesis Keenam	55
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis Ketujuh	56
Tabel 4.25	Hasil Uji Hipotesis Kedelapan	57
Tabel 4.26	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	72
Lampiran 2 Tanggapan Responden	75
Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Lampiran 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Lampiran 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	80
Lampiran 8 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	80
Lampiran 9 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio</i>	80
Lampiran 10 Hasil <i>Loading Factor</i>	81
Lampiran 11 Hasil Analisis Multikolinearitas	81
Lampiran 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	81
Lampiran 13 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	82
Lampiran 14 Hasil Analisis Hipotesis	82
Lampiran 15 Hasil <i>F-Square</i>	82