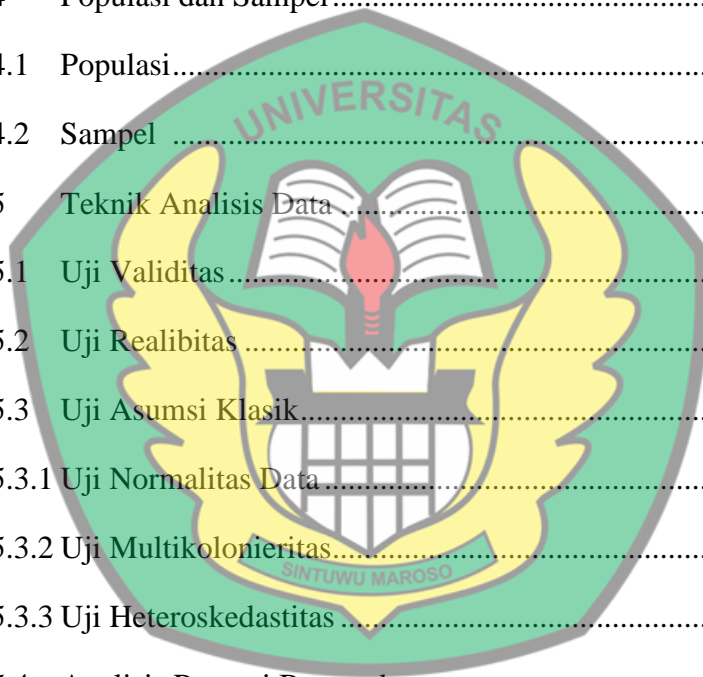


DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Abstrak.....	iv
Halaman Pernyataan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Minat Beli	8
2.1.2 Persepsi Harga	10
2.1.3 Reputasi Perusahaan	11
2.2 Kerangka Pikir	13
2.3 Hipotesis	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	15
3.2	Metode Penelitian	15
3.3	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	16
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	16
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.4	Populasi dan Sampel.....	18
3.4.1	Populasi.....	18
3.4.2	Sampel	18
3.5	Teknik Analisis Data	19
3.5.1	Uji Validitas	19
3.5.2	Uji Realibilitas	19
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	19
3.5.3.1	Uji Normalitas Data.....	20
3.5.3.2	Uji Multikolonieritas.....	20
3.5.3.3	Uji Heteroskedastitas	20
3.5.4	Analisis Regresi Berganda.....	21
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi	21
3.5.6	Uji F.....	22
3.5.7	Uji t	22
3.6	Definisi Operasional	22
3.6.1	Persepsi Harga (X1).....	22
3.6.2	Reputasi Perusahaan (X2).....	23
3.6.3	Minat Beli (Y).....	23



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.2. Karakteristik Responden	
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	
4.1.3. Hasil Analisis Data	
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas	
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	
4.1.3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	
4.1.3.3.1. Uji Normalitas Data	
4.1.3.3.2. Uji Multikolinearitas	
4.1.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas	
4.1.3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	
4.1.3.5. Hasil Koefisien Determinasi	
4.1.3.6. Hasil Uji f	
4.1.3.7. Hasil Uji t	
4.2. Pembahasan	
4.2.1. persepsi harga dan reputasi perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli	
4.2.2. persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli	
4.2.3. reputasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	
----------------------	--

5.2 Saran

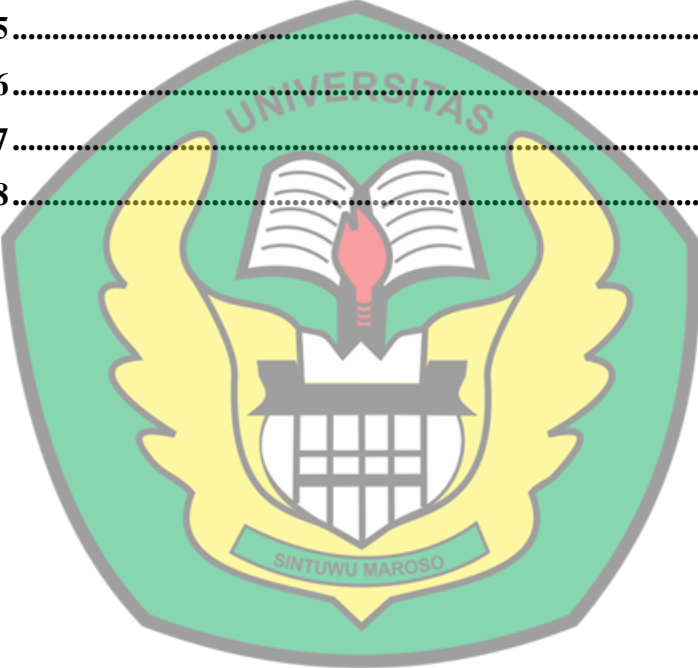
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1
Tabel 4.1
Tabel 4.2
Tabel 4.3
Tabel 4.4
Tabel 4.5
Tabel 4.6
Tabel 4.7
Tabel 4.8



DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1
Gambar4.1
Gambar4.2

