

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	17
C. Pembatasan Masalah	18
D. Perumusan Masalah	18
E. Kegunaan Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	20
B. Hasil Penelitian yang Relevan	39
C. Kerangka Teoretis	47

	D. Kerangka Pemikiran.....	51
	E. Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tujuan Penelitian.....	56
	B. Tempat dan Waktu.....	56
	C. Metode Penelitian.....	57
	D. Populasi dan Sampel	58
	E. Teknik Pengumpulan Data	60
	F. Analisis Data	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data Unit Analisis.....	76
	B. Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	110
	B. Implikasi.....	112
	C. Saran.....	116
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Hasil Penelitian yang Relevan	51
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel	62
Tabel III.2	Bobot Penilaian Kuesioner	65
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	77
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	78
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	79
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	80
Tabel IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan	80
Tabel IV.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan dan Pengeluaran per Bulan	81
Tabel IV.9	Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	83
Tabel IV.10	Uji Validitas Variabel Citra Merek	83
Tabel IV.11	Uji Validitas Variabel Nilai Emosional	84
Tabel IV.12	Uji Validitas Variabel Niat Beli	84
Tabel IV.13	Uji Reliabilitas	86
Tabel IV.14	Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Kualitas	87
Tabel IV.15	Nilai Analisis Deskriptif Citra Merek	88
Tabel IV.16	Nilai Analisis Deskriptif Nilai Emosional	89
Tabel IV.17	Nilai Analisis Deskriptif Niat Beli	90

Tabel IV.18	Uji Normalitas	92
Tabel IV.19	Uji Normalitas Residual	93
Tabel IV.20	Uji Linearitas	94
Tabel IV.21	Uji Multikolinearitas	96
Tabel IV.22	Uji Heterokedastisitas	97
Tabel IV.23	Uji t Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli <i>Backpack</i> Consina	99
Tabel IV.24	Uji t Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Niat Beli <i>Backpack</i> Consina	101
Tabel IV.25	Uji t Pengaruh Variabel Nilai Emosional Terhadap Niat Beli <i>Backpack</i> Consina	103
Tabel IV.26	Uji F Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Nilai Emosional Terhadap Niat Beli <i>Backpack</i> Consina	105
Tabel IV.27	Analisis Determinasi Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Nilai Emosional Terhadap Niat Beli <i>Backpack</i> Consina	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Trend Pencarian Tas Ransel Tahun 2011-2016	1
Gambar I.2	Perbedaan Merek Lokal dan Merek Global	5
Gambar I.3	Trend Merek Consina, Eiger, Deuter Avtect dan Cozmeed 2011-2016	6
Gambar II.1	Model Penelitian	54
Gambar IV.1	Model Kesimpulan Hipotesis Penelitian	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 2	Output Uji Validitas	129
Lampiran 3	Output Uji Reliabilitas	131
Lampiran 4	Output Uji Normalitas	133
Lampiran 5	Output Uji Linearitas	134
Lampiran 6	Output Uji Multikolinearitas	135
Lampiran 7	Output Uji Heterokedastisitas	137
Lampiran 8	Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda	138