

## DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Perumusan Masalah .....	11
E. Kegunaan Penelitian .....	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual .....	13
B. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	36
C. Kerangka Teoretik .....	49
D. Perumusan Hipotesis Penelitian .....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian .....	53
B. Tempat, Waktu dan Ruang Lingkup Penelitian .....	53
C. Metode Penelitian .....	54
D. Populasi, Sampling, dan Sumber Data Penelitian .....	54

E. Teknik Pengumpulan Data .....	57
F. Definisi Operasional Variabel.....	59
G. Teknik Analisis Data.....	65
H. Alat Analisis Data .....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data .....	71
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	96
C. Pengujian Hipotesis .....	101
D. Pembahasan.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	112
B. Implikasi .....	113
C. Saran.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	<i>Global Demand for Instant Noodles</i> .....	1
I.2	Indeks Rata-Rata <i>Best Brand</i> Industri Mie Instant Tahun 2012-2014 ...	3
I.3	Macam-macam Varian Produk dan Harga Mie Sedaap .....	6
I.4	Strategi Marketing Mix Mie Sedaap .....	9
II.1	Manfaat Merek bagi Pelanggan dan Perusahaan .....	17
II.2	Persamaan Dimensi Kualitas Produk .....	30
II.3	Hasil Penelitian yang Relevan .....	47
III.1	Skala Likert .....	58
III.2	Operasional Variabel .....	63
IV.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
IV.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	72
IV.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	73
IV.4	Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang .....	74
IV.5	<i>Mean, Median, Mode, Standard Varians</i> Minat Beli Ulang .....	78
IV.6	Frekuensi Variabel Citra Merek.....	79
IV.7	<i>Mean, Median, Mode, Standard Varians</i> Citra Merek.....	84
IV.8	Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	85
IV.9	<i>Mean, Median, Mode, Standard Varians</i> Kualitas Produk .....	90
IV.10	Frekuensi Variabel Persepsi Harga .....	92
IV.11	<i>Mean, Median, Mode, Standard Varians</i> Persepsi Harga .....	95
IV.12	Hasil Uji KMO Variabel Penelitian .....	96
IV.13	Uji Validitas Citra Merek dengan Faktor Analisis.....	97
IV.14	Uji Validitas Kualitas Produk dengan Faktor Analisis .....	97
IV.15	Uji Validitas Persepsi Harga dengan Faktor Analisis .....	98
IV.16	Uji Validitas Minat Beli Ulang dengan Faktor Analisis .....	99
IV.17	Hasil Uji Reliabilitas .....	100
IV.18	Uji Normalitas .....	101
IV.19	Uji Multikolinearitas .....	102

IV.20 Uji Heterokedastisitas .....	103
IV.21 Uji Statistik t .....	105
IV.22 Uji Statistik F .....	107
IV.23 Koefisien Determinasi .....	108

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Perkembangan Penjualan Produk Mie Instan Tahun 2002-2012 .....	7
II.1	Kerangka Teoritik .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	131
Lampiran 2	Tabel t .....	136
Lampiran 3	Tabel F .....	137
Lampiran 4	Hasil Uji SPSS .....	138