

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	8
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Iklan Televisi .....	11
2.1.2 Persepsi Harga .....	22
2.1.3 Minat Beli.....	30
2.2. Penelitian Terdahulu.....	36
2.3. Kerangka Penelitian.....	45
2.4. Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	48
3.3. Operasional Variabel Penelitian.....	49
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	52
3.6. Metode Analisis.....	53
3.6.1 Uji Instrumen.....	53
3.6.1.1 Uji Validitas .....	53
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.6.2 Uji Asumsi Dasar.....	55
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	55
3.6.2.2 Uji Linearitas.....	55
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas .....	56
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	57

3.6.5 Analisa Regresi Linear Berganda .....	57
3.6.6 Uji Hipotesis .....	57

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis .....	62
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	64
4.2.1 Uji Instrumen .....	64
4.2.2.1 Uji Validitas .....	64
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	67
4.2.3 Uji Asumsi Dasar .....	77
4.2.3.1 Uji Normalitas .....	77
4.2.3.2 Uji Linearitas .....	78
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	79
4.2.4.1 Uji Multikolinearitas .....	79
4.2.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	80
4.2.5 Analisis Regresi .....	81
4.3 Implikasi Manajerial .....	84

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	84

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel Halaman	Judul Tabel	
Tabel 1.1	Market Share Minuman Isotonik.....	5
Tabel 1.2	Data Pra Penelitian .....	7
Tabel 2.1	Matriks Review Penelitian Relevan .....	31
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4	Uji validitas Variabel Iklan Televisi (X1) .....	64
Tabel 4.5	Uji validitas Variabel Persepsi Harga (X2) .....	65
Tabel 4.6	Uji validitas Variabel Minat Beli (Y).....	65
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas .....	66
Tabel 4.8	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	67
Tabel 4.9	Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X <sub>2</sub> ) .....	71
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Variabel Minat Beli (Y) .....	73
Tabel 4.11	Uji Normalitas .....	77
Tabel 4.12	Uji Linearitas.....	78
Tabel 4.13	Uji Multikoleniaritas .....	79
Tabel 4.14	Uji Heterokedastisitas.....	80
Tabel 4.15	Uji t Variabel Iklan Televisi dan Persepsi Harga terhadap Minat beli .....	81
Tabel 4.16	Uji f Variabel Iklan Televisi dan Persepsi Harga terhadap Minat beli .....	83
Tabel 4.17	Analisis determinasi variabel iklan televisi dan persepsi	

harga terhadap minat beli..... 84

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Iklan Televisi (X1)
Lampiran 3	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)
Lampiran 4	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Reabilitas
Lampiran 7	Uji Normalitas
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas
Lampiran 10	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 11	Uji Regresi
Lampiran 12	Data Kuesioner

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian	47