**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i**

**ABSTRACT ii**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI vi**

**DAFTAR TABEL ix**

**DAFTAR GAMBAR x**

**DAFTAR LAMPIRAN xi**

**BAB I PENDAHULUAN** **1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 5
	3. Batasan Masalah 6
	4. Rumusan Masalah 6
	5. Tujuan Penelitian 7
	6. Manfaat Penelitian 7

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**

 2.1. Harga 9

 2.1.1. Pengertian Harga 9

 2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga 9

 2.1.3. Penetapan Harga 10

 2.1.4. Strategi Menetapkan Harga Jual 12

 2.1.5. Indikator Harga 13

 2.2. Citra Merek 14

 2.2.1. Pengertian Brand (Merek) 14

 2.2.2. Manfaat Dan Keuntungan Merek 15

 2.2.3. Pengertian Image (Citra) 16

 2.2.4. Pengertian Brand Image (Citra Merek) 17

 2.2.5. Dimensi Brand Image (Citra Merek) 18

 2.2.6. Indikator Brand Image (Citra Merek) 18

 2.3. Minat 19

 2.3.1. Pengertian Minat Beli 19

 2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli 21

 2.3.3. Tahapan Minat Pembelian Konsumen 22

 2.3.4. Indikator Minat Beli 23

 2.4. Penelitian Terdahulu 24

 2.5. Kerangka Konseptual 30

 2.6. Hipotesis 31

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** 33

 3.1. Desain Penelitian 33

 3.2. Populasi dan Sampel 33

 3.2.1. Populasi 33

 3.2.2. Sampel 34

 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian 35

 3.3.1. Tempat Penelitian 35

 3.3.2. Waktu Penelitian 36

 3.4. Definisi Operasional Dan Indikator Penelitian 36

 3.5. Instrumen Penelitian 40

 3.5.1. Uji Validitas 40

 3.5.2. Uji Reliabilitas 41

 3.6. Teknik Pengumpulan Data 42

 3.7. Sumber Data 43

 3.8. Teknik Analisis Data 44

 3.8.1. Analisis Kuantitatif 44

 3.8.2. Uji Asumsi Klasik 44

 3.9. Analisis Regresi Linear Berganda 47

 3.10. Pengujian Hipotesis 48

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 51**

 4.1. Gambaran Umum Kelurahan Bandar Selamat 51

 4.1.1. Sejarah Singkat Kelurahan Bandar Selamat 51

 4.1.2. Visi Dan Misi Kelurahan Bandar Selamat 51

 4.1.3. Motto Kelurahan Bandar Selamat 52

 4.1.4. Letak Geografis kelurahan Bandar Selamat 52

 4.1.5. Sejarah Singkat Baba Parfum Indonesia 53

 4.1.6. Visi Dan Misi Baba Parfum Indonesia 54

 4.1.7. Produk Baba Parfum Indonesia 54

 4.1.8. Keunggulan Baba Parfum Indonesia 55

 4.1.9. Sistem Distribusi Baba Parfum Indonesia 55

 4.2. Penyajian Data 56

 4.2.1. Karakteristik Responden 56

 4.2.2. Jawaban Responden 57

 4.3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner 64

 4.3.1. Uji Validitas 64

 4.3.2. Uji Reliabilitas 66

 4.4. Analisis Data 66

 4.4.1. Uji Asumsi Klasik 66

 4.4.2. Analisis Regresi Linear Berganda 71

 4.4.3. Pengujian Hipotesis 72

 4.5. Pembahasan Hasil Penelitian 75

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 78**

 5.1. Kesimpulan 78

 5.2. Saran 78

**DAFTAR PUSTAKA 80**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 24

Tabel 3.1. Waktu Penelitian 36

Tabel 3.2. Indikator 37

Tabel 3.3. Alternatif Jawaban Responden Skala Likert 43

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 56

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 57

Tabel 4.4. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X1.P1 57

Tabel 4.5. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X1.P2 58

Tabel 4.6. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X1.P3 58

Tabel 4.7. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X1.P4 59

Tabel 4.8. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X2.P1 60

Tabel 4.9. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X2.P2 60

Tabel 4.10. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X2.P3 61

Tabel 4.11. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner X2.P4 61

Tabel 4.12. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner Y.P1 62

Tabel 4.13. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner Y.P2 63

Tabel 4.14. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner Y.P3 63

Tabel 4.15. Jawaban Responden Dari Pertanyaan Kuesioner Y.P4 64

Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas 65

Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas 66

Tabel 4.18. Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov* 68

Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinearitas 69

Tabel 4.20. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser 70

Tabel 4.21. Regresi Linear Berganda 71

Tabel 4.22. Hasil Uji Parsial (Uji t) 72

Tabel 4.23. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) 73

Tabel 4.24. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 74

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Skema Kerangka Konseptual 31

Gambar 4.1. Produk Baba Parfum Indonesia 54

Gambar 4.2. Sistem Distribusi Baba Parfum Indonesia 55

Gambar 4.3. Normal P-P Plot 67

Gambar 4.4. Histogram 67

Gambar 4.5. Scatterplot 70

**DAFTAR LAMPIRAN**

Frekuensi Jawaban Responden Variabel Komitmen Organisasi (X1) 87

Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Pada Pimpinan (X2) 89

Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y) 91

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Komitmen Organisasi (X1) 92

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Kepercayaan Pada Pimpinan (X2) 96

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y) 99

Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Organisasi (X1) 102

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komitmen Organisasi (X1) 102

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pada Pimpinan (X2) 103

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Pada Pimpinan (X2) 103

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y) 104

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y) 104

Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas (X1) 105

Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas (X2) 106

Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas (Y) 107

Hasil Uji Normalitas 108

Hasil Uji Multikolinearitas 110

Hasil Uji Heteroskedastisitas 110

Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser 111

Hasil Uji Regresi Linear Berganda 111

Hasil Uji Parsial (Uji t) 111

Hasil Uji Signifikan Simulatif (Uji F) 112

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 112

Tabel r untuk df = 1-50 113

Titik Persentase Distribusi t (df = 1-120) 115

Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilita = 0,05 118