

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Lingkup Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	12
2.2. Kualitas Persepsi-Harga (Price-Perceived Quality) .....	12
2.3. Persepsi Harga.....	13
2.4. Penentuan Harga Global.....	14
2.5. Peran Harga .....	15
2.6. Objektif Harga.....	15
2.7. Persepsi Kualitas .....	16
2.8. Citra Merek.....	16

2.9.	Pengembangan Produk Keberlanjutan .....	17
2.10.	Niat Membeli.....	17
2.11.	Penelitian Terdahulu.....	17
2.12.	Hipotesis .....	19
2.12.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Membeli.....	19
2.12.2.	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Membeli .....	20
2.12.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Membeli.....	21
2.13.	Model Penelitian.....	22
BAB 3 METODA PENELITIAN .....		23
3.1.	Desain Penelitian .....	23
3.2.	Metoda Pengumpulan Data .....	24
3.2.1.	Populasi.....	24
3.2.2.	Unit Sampel .....	24
3.3.	Instrumen Penelitian.....	25
3.3.1.	Variabel Penelitian.....	26
3.3.2.	Definisi Operasional dan Item Pengukuran .....	26
Tabel 3.1 Instrumen Pengukuran .....		27
3.4.	Metoda Analisis Data .....	28
3.4.1.	Uji Validitas .....	28
3.4.2.	Uji Reliabilitas .....	29
3.5.	Uji Multikolonieritas .....	30
3.6.	Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda .....	30
3.7.	Uji Beda.....	31
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		32
4.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	32
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	34

4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Anak .....	35
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.1.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan .....	36
4.1.8.	Karakteristik Responden Jenis Tempat Tinggal .....	37
4.1.9.	Karakteristik Responden Status Kepemilikan Tempat Tinggal.....	37
4.2.	Analisis Deskriptif Variabel .....	38
4.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	38
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas.....	41
4.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek .....	44
4.2.4.	Analisis Deskriptif Niat Membeli.....	46
4.3.	Uji Akurasi Instrumen .....	49
4.3.1.	Uji Validitas .....	49
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	52
4.4.	Uji Multikolonieritas .....	53
4.5.	Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda .....	54
4.6.	Uji Beda Karakteristik Responden .....	57
4.7.	Diskusi dan Pembahasan .....	62
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....		65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Implikasi .....	66
5.2.1.	Implikasi Teoritis .....	66
5.2.2.	Implikasi Manajerial .....	66
5.3.	Keterbatasan .....	70
5.4.	Saran Penelitian .....	71
5.4.1.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	71
5.4.2.	Saran Untuk IKEA Indonesia .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN .....		79