

DAFTAR ISI

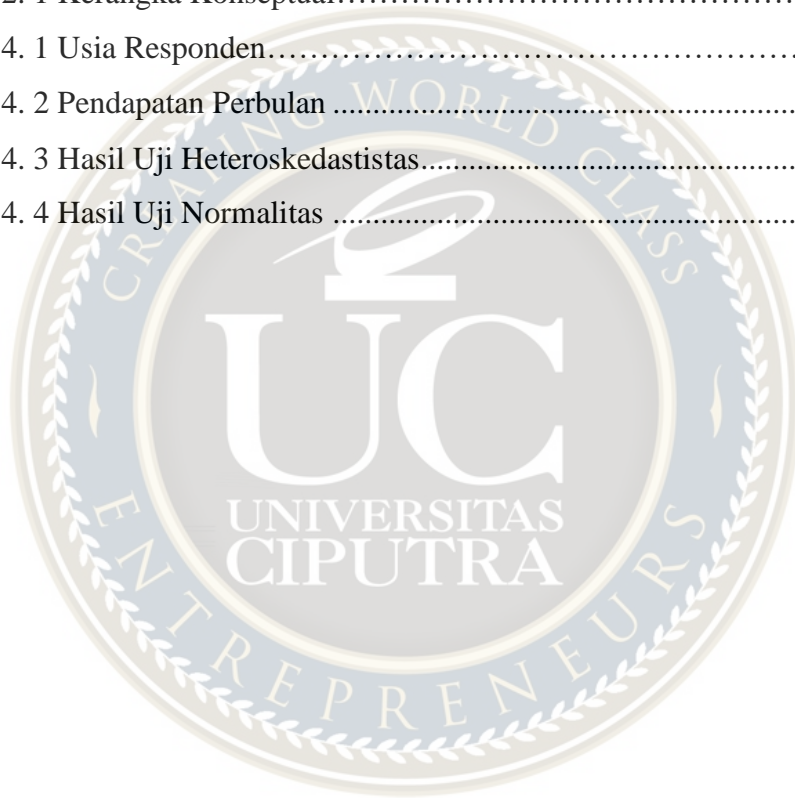
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Perceived Quality</i>	13
2.1.2 <i>Product Features</i>	15
2.1.3 Minat Beli	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan antara <i>Perceived Quality</i> dan Minat Beli	22
2.3.2 Hubungan antara <i>Product Features</i> dan Minat Beli	23
2.4 Model Analisis	23
2.4.1 Kerangka Konseptual	23
2.4.2 Model Analisis dan Hipotesa	24

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.2.1 Populasi Penelitian.....	26
3.2.2 Sampel Penelitian.....	27
3.3 Jenis Data	28
3.3.1 Data Primer	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Kuesioner	28
3.5 Definisi Variabel dan Operasional.....	30
3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.4 Analisis linier berganda	33
3.7 Uji Hipotesis	34
3.7.1 Uji F	34
3.7.2 Uji t	34
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien korelasi.....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Data	35
4.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
4.1.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Usia Responden	38
4.1.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Pendapatan Perbulan Responden	39
4.2 Uji Validitas	40
4.3 Uji Reliabilitas	41
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.4.1 Uji Multikolinieritas.....	42

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	42
4.4.3 Uji Normalitas	43
4.5 Uji Hipotesis	44
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.5.2 Uji F	46
4.5.3 Uji t	47
4.5.4 Uji Koefisien Korelasi (R) & Determinasi (R^2).....	48
4.6 Pembahasan.....	49
4.6.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Minat Beli	49
4.6.2 Pengaruh <i>Product Feature</i> Terhadap Minat Beli.....	50
4.7 Implikasi Manajerial	51
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Untuk Pelaku Industri Kreatif.....	53
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Tote Bag TJOY Batch Pertama	6
Gambar 1. 2 Produk Tote Bag TJOY Batch Kedua	6
Gambar 1. 3 Dokumentasi anggota TJOY saat menghadiri pameran Trade Expo Indonesia (TEI)	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4. 1 Usia Responden.....	38
Gambar 4. 2 Pendapatan Perbulan	39
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastistas.....	43
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omset Penjualan TJOY 2018-2021	8
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional.....	30
Tabel 4. 1 Skala Interval.....	35
Tabel 4. 2 Mean & Standar Deviasi Variabel X1	35
Tabel 4. 3 Mean & Standar Deviasi Variabel X2	36
Tabel 4. 4 Mean & Standar Deviasi Variabel Y	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Korelasi & Determinasi	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Kuisisioner	60
Lampiran B - Uji Validitas.....	64
Lampiran C - Uji Reliabilitas.....	66
Lampiran D - Uji Asumsi Klasik	67
Lampiran E - Regresi Linear Berganda	69
Lampiran F - Deskriptif	71



