

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Misi dan Pendekatan Samsung .....	2
1.1.2 <i>Core Value</i> Samsung.....	3
1.1.3    Lima Prinsip Bisnis Samsung .....	4
1.2    Latar Belakang.....	5
1.3    Perumusan Masalah .....	12
1.4    Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5    Tujuan Penelitian .....	14
1.6    Manfaat Penelitian .....	14
1.6.1    Aspek Teoritis .....	14
1.6.2    Aspek Praktis .....	15
1.7    Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.8    Sistematika Tugas Akhir.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1    Teori-teori Terkait Penelitian.....	17
2.1.1    Pemasaran .....	17

2.1.2 <i>Brand</i> .....	17
2.1.3 <i>Brand Value</i> .....	18
2.1.4 <i>Brand Core Value</i> .....	19
2.1.5 Niat Beli .....	19
2.1.6 Niat Beli <i>Online</i> .....	20
2.1.7 Hubungan <i>Brand core value</i> dan Niat beli <i>online</i> .....	20
2.1.8 Manfaat Fungsional.....	21
2.1.9 Manfaat Emosional .....	21
2.1.10 Manfaat Ekspresi Diri .....	21
2.1.11 Nilai Rasional.....	22
2.1.12 Nilai Emosional.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III</b> .....	<b>31</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Operasional Variabel .....	32
3.2.1 Skala Pengukuran.....	34
3.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.4.3 Teknik Sampling .....	37
3.5 Pengumpulan Data .....	38
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.6.1 Uji Validitas .....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.3 Analisis Regresi Berganda .....	45

3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	47
3.4.1 Pengujian Hipotesis dengan Uji T .....	47
3.7.4.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji F.....	47
BAB IV .....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	52
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	53
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.2.4 Uji Hipotesis .....	71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.3.1 Pengaruh Nilai Rasional (X1) terhadap Niat Beli <i>Online</i> (Y) .....	73
4.3.2 Pengaruh Nilai Emosional (X2) terhadap Niat Beli <i>Online</i> (Y) .....	74
BAB V .....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	76
5.2.1 Saran Praktis .....	76
5.2.2 Saran Teoritis .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	84