

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Tinjauan Empiris	10
1.5.2 Tinjauan Teoritis	16
1.5.3 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	16
1.5.4 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	18
1.5.4.1 Pengertian dan Peran Kesadaran Merek	18
1.5.4.2 Bagaimana <i>Brand Awareness</i> Bekerja Membantu Merek	19
1.5.4.3 Bagaimana Mencapai Kesadaran Merek.....	20
1.5.4.4 Piramida Kesadaran Merek	21
1.5.5 Persepsi Kualitas (<i>Percieved Quality</i>)	23
1.5.5.1 Pengertian Persepsi Kualitas	23
1.5.5.2 Nilai – nilai Persepsi Kualitas	25
1.5.5.3 Dimensi Persepsi Kualitas.....	27
1.5.6 Perilaku Konsumen	28
1.5.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	28
1.5.6.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen..	30
1.5.6.3 Keputusan Pembelian.....	36
1.5.6.4 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	38

1.5.7 Hubungan Kesadaran Merek dengan Keputusan Pembelian	40
1.5.8 Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian.....	42
1.6 Kerangka Pemikiran.....	44
1.7 Hipotesis.....	45
1.8 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	46
1.8.1 Definisi Konsep.....	46
1.8.2 Definisi Operasional.....	47
1.8.3 Operasionalisasi Variabel, Indikator, dan Item.....	48
1.9 Metode Penelitian.....	51
1.9.1 Tipe Penelitian	51
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
1.9.3 Lokasi Penelitian.....	51
1.9.4 Sumber Data.....	52
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.9.6 Populasi dan Sampel	52
1.9.6.1 Populasi	52
1.9.6.2 Sampel.....	53
1.9.7 Teknik Sampling	54
1.9.8 uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
1.9.8.1 Uji Validitas	54
1.9.8.1 Uji Reliabilitas	55
1.9.9 Teknik Pengukuran Data.....	56
1.10 Teknik Analisis Data.....	58
1. Analisis Statistik Deskriptif	58
2. Analisis Statistik Inferensial	58
1. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Multikolinearitas	60
c. Uji Heterokedastisitas.....	60
2. Uji Hipotesis.....	61
a. Analisis Uji F.....	61

b. Analisis Uji t (Uji Secara Parsial)	62
c. Analisis Uji R ² (Koefisiensi Determinan)	63
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN	64
2.1 Sejarah Perkembangan	64
2.2 Logo	66
2.3 Visi dan Misi	64
2.4 Struktur Organisasi.....	66
2.5 Profil PT. Astra Honda Motor.....	68
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	70
3.1 Karakteristik Responden	70
3.1.1 Usia Responden.....	70
3.1.2 Jenis Kelamin Responden	71
3.1.3 Pendidikan Terakhir Responden	72
3.1.4 Pekerjaan Responden	73
3.1.5 Pengeluaran Belanja per Bulan Responden	73
3.1.6 Frekuensi Lamanya Responden dalam menggunakan Honda	74
3.2 Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas	75
3.2.1 Uji Validitas	75
3.2.2 Uji Reliabilitas	77
3.3 Analisis data Hasil Penelitian.....	77
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	77
3.3.1.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	78
3.3.1.2 Rekapitulasi Rata-rata Item Kesadaran Merek	87
3.3.1.3 Persepsi Kualitas (<i>Percieved Quality</i>)	88
3.3.1.4 Rekapitulasi Rata-rata Item Persepsi Kualitas	95
3.3.1.5 Keputusan Pembelian.....	96
3.3.1.6 Rekapitulasi Rata-rata Item Keputusan Pembelian.....	103
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial	104
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	105
3.3.3.1 Uji Normalitas	105
3.3.3.2 Uji Multikolinearitas.....	106
3.3.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	107

3.3.4 Uji Hipotesis.....	109
a. Analisi Uji F (Secara Simultan)	109
b. Analisis Uji t (Secara Parsial)	110
c. Analisis Uji R ² (Koefisiensi Determinasi)	111
3.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian	112
BAB IV PENUTUP	119
4.1 Kesimpulan	119
4.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	122

DAFTAR ISI TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 1.2 Operasionalisasi Variabel, Indikator, dan Item.....	48
Tabel 1.3 Skala Likert	57
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	71
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berlanja per Bulan.....	74
Tabel 3.6 Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Honda	75
Tabel 3.7 Uji Validitas	76
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas	77
Tabel 3.9 Kategori Skor	78
Tabel 3.10 Skala Kriteria	78
Tabel 3.11 Jawaban Item 1.....	79
Tabel 3.12 Jawaban Item 2.....	80
Tabel 3.13 Jawaban Item 3.....	81
Tabel 3.14 Jawaban Item 4	82
Tabel 3.15 Jawaban Item 5	83
Tabel 3.16 Jawaban Item 6.....	84
Tabel 3.17 Jawaban Item 7.....	84
Tabel 3.18 Jawaban Item 8.....	85
Tabel 3.19 Jawaban Item 9.....	86
Tabel 3.20 Jawaban Item 10.....	87
Tabel 3.21 Rekapitulasi Rata – rata Item Kesadaran Merek.....	88
Tabel 3.22 Jawaban Item 11.....	89
Tabel 3.23 Jawaban Item 12.....	90
Tabel 3.24 Jawaban Item 13.....	90
Tabel 3.25 Jawaban Item 14.....	91

Tabel 3.26 Jawaban Item 15.....	92
Tabel 3.27 Jawaban Item 16.....	93
Tabel 3.28 Jawaban Item 17.....	94
Tabel 3.29 Jawaban Item 18.....	95
Tabel 3.30 Rekapitulasi Rata-rata Item Persepsi Kualitas	96
Tabel 3.31 Jawaban Item 19.....	97
Tabel 3.32 Jawaban Item 20.....	98
Tabel 3.33 Jawaban Item 21.....	99
Tabel 3.34 Jawaban Item 22.....	100
Tabel 3.35 Jawaban Item 23.....	101
Tabel 3.36 Jawaban Item 24.....	102
Tabel 3.37 Jawaban Item 25.....	102
Tabel 3.38 Rekapitulasi Rata-rata Item Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 3.39 <i>Coefficients</i>	104
Tabel 3.40 Uji Normalitas.....	105
Tabel 3.41 Uji Multikolinearitas	107
Tabel 3.42 Hasil Heterokedastisitas dengan Glejser	109
Tabel 3.43 Rangkuman Hasil Analisis Uji F	110
Tabel 3.44 Rangkuman Hasil Uji t.....	111
Tabel 3.45 Tabel Koefisien Determinasi	112

DAFTAR ISI GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor pada Oktober 2016	5
Gambar 1.2 Piramida Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	22
Gambar 1.3 Nilai-nilai Persepsi Kualitas	26
Gambar 1.4 faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
Gambar 1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkal Laku Konsumen	33
Gambar 1.6 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 1.7 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 1.8 Hipotesis	46
Gambar 2.1 Logo Sepeda Motor Honda	66
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Astra Honda Motor.....	68
Gambar 3.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	108