

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTISARI.....	viii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Reputasi.....	9
2.1.2 Citra Merek.....	10
2.1.3 Minat Beli.....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3.1 Pengaruh Reputasi terhadap minat beli.....	15
2.3.2 Pengaruh Citra merek terhadap minat beli.....	16
2.3.3 Pengaruh Reputasi terhadap keputusan pembelian.....	17
2.3.4 Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian.....	17
2.3.5 Pengaruh Citra merek terhadap reputasi.....	18
2.3.6 Pengaruh Minat beli terhadap keputusan pembelian.....	18
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian.....	21
3.2 Populasi dan sampel.....	21
3.3 Variabel Penelitian.....	22
3.3.1 Variabel Independen.....	23
3.3.2 Variabel Intervening.....	23
3.3.3 Variabel Dependen.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4.1 Data Primer.....	23
3.4.2 Data Sekunder.....	24
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	24

3.5.1 Kuesioner.....	24
3.5.2 Wawancara.....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel.....	25
3.7 Alat analisis.....	27
3.7.1 Analisis Kualitatif.....	27
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	27
3.7.2.1 Uji Validitas.....	27
3.7.2.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.7.2.3 Uji Asumsi klasik.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden.....	34
4.1.1 Identitas Responden.....	34
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.2.1 Variabel Reputasi.....	37
4.2.2 Variabel Citra Merek.....	39
4.2.3 Variabel Minat Beli.....	41
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	43
4.3 Analisis Kuantitatif.....	45
4.3.1 Uji Validitas.....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	47

4.3.3.2 Uji Multikolinearitas.....	48
4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas	49
4.3.4 Path Analisis.....	50
4.3.4.1 Uji t model 1.....	52
4.3.4.2 Koefisien determinasi model 1.....	52
4.3.4.3 Uji t model 2.....	54
4.3.4.4 Koefisien determinasi model 2.....	55
4.3.4.5 Uji t model 3.....	58
4.3.4.6 Koefisien determinasi model 3.....	59
4.3.5 Pengaruh langsung dan tidak langsung	60
4.4 Pembahasan.....	62
4.4.1 Pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian.....	62
4.4.2 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	64
4.4.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui reputasi.....	65
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	69
DAFTARPUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

1.1	Data Penjualan Sepeda Motor tahun 2015 dan 202016.....	5
1.2	Penelitian Terdahulu.....	14
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	26
4.1	Identitas Responden berdasarkan jenis kelamin	34
4.2	Identitas Responden berdasarkan Umur.....	35
4.3	Identitas Responden berdasarkan pendidikan	35
4.4	Identitas Responden berdasarkan Pendapatan	36
4.5	Tanggapan Responden tentang Variabel Reputasi.....	38
4.6	Tanggapan Responden tentang Variabel Citra Merek.....	40
4.7	Tanggapan Responden tentang Variabel Minat Beli.....	42
4.8	Tanggapan Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian.....	44
4.9	Hasil Uji Validitas.....	46
4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
4.12	Regresi Pengaruh Citra Merek terhadap Reputasi.....	51
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	52
4.14	Regresi Pengaruh Reputasi Citra Merek dan Minat Beli.....	53
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55

4.16 Regresi Pengaruh Reputasi Citra Merek dan Minat Beli terhadap	
Keputusan pembelian.....	56
4.17 Hasil Uji Koefisien	
Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	20
3.1 Model Analisis Path.....	31
4.1 Uji Normalitas.....	48
4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.3 Diagram Path.....	60