

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Promosi	12
2.1.1 Indikator promosi	13
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.1 Indikator kualitas produk	14

2.3 Citra Merek	14
2.3.1 Indikator citra merek.....	15
2.4 keputusan pembelian	15
2.4.1 Indikator keputusan pembelian	16
2.5 Penelitian Empiris.....	16
2.6 Pengembangan Hipotesis	18
2.6.1 Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek.....	18
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	19
2.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.6.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.6.5 Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.6 Model Empirik.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Sumber Data	27
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Variabel dan Indikator	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Uji Validitas	31
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7 Uji Hipotesis.....	34

b. Uji t	34
BAB IV	38
4.1. Identifikasi Responden.....	38
4.1.1. Jenis Kelamin	38
4.1.2. Usia.....	39
4.1.3. Tingkat Pendidikan.....	40
4.1.4 Frekuensi Pembelian.....	40
4.2 Deskripsi Variabel	41
4.2.1 Promosi (X1)	42
4.2.2 Kualitas Produk (X2).....	43
4.2.3 Citra Merek (Y1)	45
4.2.4 Keputusan Pembelian (Y2)	46
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.3.1. Uji Validitas.....	47
4.3.2. Uji Reliabilitas	48
4.4. Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1 Uji Normalitas	49
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
4.6 Pengujian Hipotesis	53
4.6.1 Uji Signifikansi Individual (Uji t)	53
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi	56
4.6.3 Hasil Uji F.....	57
4.7 Uji Sobel.....	58

4.8	Pembahasan.....	61
4.8.1	Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek.....	61
4.8.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	62
4.8.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	63
4.8.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.6	Pengaruh Tidak Langsung	67
BAB V.....		68
PENUTUP.....		68
5.1	Simpulan	68
5.2	Saran	68
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4	Agenda Yang Akan Datang.....	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN		74
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA.....		78
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS		84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik.....	24
Gambar 4. 2 Hasil Uji Sobel Test 1	59
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Test 2	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 penjualan Sepeda Motor	8
Tabel 2. 2 Penelitian Empiris	17
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4. 2 Kategori Usia Responden	39
Tabel 4. 3 tingkat Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4. 4 Tingkat Pembelian Responden.....	41
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Promosi	42
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Citra Merek	45
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4. 9 Uji Validitas Data	48
Tabel 4. 10 Hasil pengujian Reliabilitas	49
Tabel 4. 11 Uji Kolmogorov Smirnov	49
Tabel 4. 12 Pengujian Multikolinearitas	50
Tabel 4. 13 Pengujian Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	55
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Derterminasi	56
Tabel 4. 17 Uji F (Simultan)	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	74
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA.....	78
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS	84