

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
INTISARI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2. Kegunaan Praktis	7
BAB II TELAAH TEORI	
2.1 LandasanTeori.....	8
2.1.1. MinatBeli	8
2.1.2. Brand Loyalty	8
2.1.3. Brand Trust	9
2.1.4. Brand Image.....	10
2.1.5. Brand Awareness	11
2.2. Pengembangan Hipotesis	12
2.3.1. Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty.....	12
2.3.2. Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty	12

2.3.3. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty	13
2.3.4. Pengaruh Brand Trust Terhadap Minat Beli	14
2.3.5. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli	14
2.3.6. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli	15
2.3.7. Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Minat beli.....	16
2.4. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	18
3.2. Populasi dan Sampel	18
3.3. Jenis dan sumber data.....	19
3.3.1. Jenis Data	19
3.3.2. Sumber Data.....	19
3.4 .Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	20
3.5. Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	21
3.6. Teknik Analisis	21
3.6.1. Analisis Regresi	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	22
4.1.1 Sejarah Singkat Honda Istana Cendrawasih.....	22
4.2 Karakteristik Responden.....	23
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	23
4.2.2 Pendidikan Terakhir Responden.....	23
4.2.3 Pekerjaan	24
4.3 Analisis Deskripsi Variabel	24
4.3.1 <i>Brand trust</i>	25
4.3.2 <i>Brand image</i>	27
4.3.3 <i>Brand awareness</i>	29
4.3.4 <i>Brand loyalty</i>	31
4.3.5 Minat beli.....	33
4.4 Analisis Kuantitatif	35
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35

a) Uji Validitas.....	35
b) Uji Realibilitas	36
4.4.2 <i>Path Analysis</i>	36
4.4.2.1 Uji Asumsi Klasik	36
a) Uji Normalitas.....	36
b) Uji Multikorelasitas.....	37
c) Uji Heterokedastisitas	37
4.4.2.2 <i>Path Analysis</i>	38
4.4.2.3 Pengujian Hipotesis	40
a) Uji Hipotesis Brand Trust dengan Brand Loyalty	40
b) Uji Hipotesis Brand Image dengan Brand Loyalty	40
c) Uji Hipotesis Brand Awareness dengan Brand Loyalty	40
d) Uji Hipotesis Brand Trust dengan Minat beli.....	40
e) Uji Hipotesis Brand Image dengan Minat beli	41
f) Uji Hipotesis Brand Awaerness dengan Minat beli.....	41
g) Uji Hipotesis Brand Loyalty dengan Minat beli.....	41
4.4.2.4 Uji F	42
4.4.3 Analisis jalur.....	43
4.4.3.1 Sobel Test <i>Brand trust</i> Terhadap Minat beli	44
4.4.3.2 Sobel Test <i>Brand image</i> Terhadap Minat beli.....	44
4.4.3.3 Sobel Test <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat beli.....	45
4.5 Pembahasan.....	45
4.5.1 Pengaruh <i>Brand trust</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	45
4.5.2 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	46
4.5.3 Pengaruh <i>Brand awareness</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	47
4.5.4 Pengaruh <i>Brand trust</i> terhadap Minat beli	48
4.5.5 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Minat beli	49
4.5.6 Pengaruh <i>Brand awareness</i> terhadap Minat beli.....	50
4.5.7 Pengaruh <i>Brand loyalty</i> terhadap Minat beli.....	51
BAB VPENUTUP	
5.1 Kesimpulan	53

5.2	Saran	54
5.3	Keterbatasan Penelitiandan Agenda Penelitian Mendatang.....	54
5.3.1	Keterbatasan Penelitian	54
5.3.2	Agenda Penelitian Mendatang.....	55
	DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

NomorTabel

Tabel 1 Data penjualan Honda istana cendrawasih tahun 2017.....	2
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	20
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	23
Tabel 4.2 Pendidikan terakhir responden.....	23
Tabel 4.3 Lama bekerja responden	24
Tabel 4.4 Hasil jawaban indikator brand trust	25
Tabel 4.5 Hasil jawaban indikator brand image.....	27
Tabel 4.6 Hasil jawaban indikator brand awareness	29
Tabel 4.7 Hasil jawaban indikator brand loyalty	31
Tabel 4.8 Hasil jawaban indicator minat beli.....	33
Tabel 4.9 Tabel uji validitas.....	35
Tabel 4.10 Tabel uji realibilitas	36
Tabel 4.11 Tabel uji Normalitas.....	36
Tabel 4.12 Tabel uji Multikolonieritas regresi 1.....	37
Tabel 4.13 Tabel uji Multikolonieritas regresi 2.....	37
Tabel 4.14 Tabel uji Heteroskedastisitas regresi 1.....	37
Tabel 4.15 Tabel uji Heteroskedastisitas regresi 2.....	38
Tabel 4.16 Tabel uji path regresi 1.....	38
Tabel 4.17 Tabel uji path regresi 2.....	39
Tabel 4.20 Tabel uji F regresi 1	42
Tabel 4.21 Tabel uji F Regresi 2.....	42
Tabel 4.22 Sobel test brand trust terhadap minat beli.....	44
Tabel 4.23 Sobel test brand image terhadap minat beli	44
Tabel 4.24 Sobel test brand awareness terhadap minat beli.....	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar

1. Kerangka Model Penelitian.....	17
2. Diagram jalur	47

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran

1. Kuesioner.....	58
2. Output statistic deskriptif.....	61
3. Output realibilitas dan validitas.....	66
4. Uji Normalitas.....	72
5. Output path analysis.....	72
6. Output sobel test.....	78