

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO dan PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat teoritis	13
1.5. Sistematika Penulisan	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1 Citra Merek	15
2.1.2 Kualitas Produk	19
2.1.3 Kualitas Pelayanan	22
2.1.4 Kepercayaan merek	24
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
2.2. Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1 Citra Merek dengan Kepercayaan Merek	27

2.2.2 Kualitas Produk dengan Kepercayaan Merek	29
2.2.3 Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan Merek	30
2.2.4 Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	31
2.2.5 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	32
2.2.6 Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.2.7 Kepercayaan Merek dengan Keputusan Pembelian	35
2.3. Kerangka Pemikiran	36
2.4. Hipotesis.....	36
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.1.2 Definisi Operasional	39
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.2.2 Sampel.....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1 Data Primer	43
3.3.2 Data Sekunder	43
3.4. Metode pengumpulan data	44
3.5. Analisis Data	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.2 Perkembangan Produk Sepeda Motor Bebek Yamaha	58
4.2. Gambaran Umum Responden	59
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	60
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	63
4.3. Hasil Analisis	63
4.3.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.3.1.1. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	65

4.3.1.2. Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	66
4.3.1.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	67
4.3.1.4 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	68
4.3.1.5 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	69
4.3.2. Analisis Factor.....	70
4.3.3. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	71
4.3.3.1 Confirmatory Factor Analysis (CFA) Citra Merek (X_1).....	71
4.3.3.2. Konstruk Variabel Eksogen	79
4.3.3.3. Konstruk Variabel Endogen	82
4.3.4 Analisis Full Model SEM	85
4.3.4.1. Asumsi SEM.....	88
4.3.4.2. Pengujian Hipotesis	97
4.4. Interpretasi Hasil.....	102
4.4.1 Pengaruh citra merek maka terhadap Kepercayaan Merek.....	102
4.4.2 Pengaruh kualitas produk terhadap Kepercayaan Merek.....	102
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepercayaan Merek.	103
4.4.4 Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian.	104
4.4.5 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.	104
4.4.6 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.	105
4.4.7 Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian.	105
BAB 5 PENUTUP	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Implikasi Manajerial	113
5.3. Saran Penelitian Mendatang.....	114
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	126