

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	15

	1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II	TELAAH PUSTAKA.....	18
	2.1 Landasan Teori.....	18
	2.1.1 Pemasaran.....	18
	2.1.2 Keputusan Pembelian.....	18
	2.1.3 Ekuitas Merek.....	22
	2.1.3.1 Kesadaran Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian.....	25
	2.1.3.2 Persepsi Kualitas dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian	29
	2.1.3.3 Asosiasi Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian	32
	2.1.3.4 Loyalitas Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian	35
	2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
	2.4 Kerangka Pemikiran Teori.....	40
	2.5 Hipotesis.....	41
BAB III	METODE PENELITIAN.....	42
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42

3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.1.2 Definisi Operasional.....	43
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.2.1 Data Primer.....	44
3.2.2 Data Sekunder.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.1 Kuesioner.....	47
3.4.2 Studi Pustaka.....	48
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	48
3.5.1.1 Uji Validitas.....	48
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.1.4 Analisis Regresi Berganda.....	52
3.5.1.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	53
3.5.2 Analisis Kualitatif.....	55

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
	4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
	4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	58
	4.1.2.1 Gambaran Umum Responden	
	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
	4.1.2.2 Gambaran Umum Responden	
	Berdasarkan Fakultas.....	59
	4.1.2.3 Gambaran Umum Responden	
	Berdasarkan Usia.....	60
	4.1.2.4 Gambaran Umum Responden	
	Berdasarkan Lama Menggunakan Produk	
	Yamaha.....	62
	4.2 Analisis Dwsriptif per Variabel.....	63
	4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek (X_1) ...	64
	4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas (X_2) ...	65
	4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Asosiasi Merek (X_3)	66
	4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek (X_3)	68
	4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan	
	Pembelian (Y).....	69

4.3 Analisis Data.....	70
4.3.1 Uji Validitas.....	70
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	74
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	75
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas.....	78
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	81
4.3.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	82
4.3.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.3.5.2 Uji F.....	83
4.3.5.3 Uji t.....	84
4.4 Pembahasan.....	86
4.4.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.....	87
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.....	88
4.4.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.....	90
4.4.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.....	92

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
	5.1 Kesimpulan.....	94
	5.2 Keterbatasan Penelitian.....	96
	5.2 Saran.....	97
	5.2.1 Implikasi Kebijakan.....	97
	5.2.2 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang.....	99
	DAFTAR PUSTAKA.....	101
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	105