

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah	8
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Definisi Konseptual	
1. Keputusan Pembelian (Y)	10
2. Citra Merek (X1).....	21
3. Motivasi Konsumen (X2).....	28

B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	37
C. Kerangka Teoretik	48
D. Perumusan Hipotesis	52

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	53
B. Tempat dan Waktu Penelitian	
1. Tempat Penelitian.....	53
2. Waktu Penelitian	54
C. Metode Penelitian	
1. Metode	54
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	55
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	56
E. Teknik Pengumpulan Data	57
1. Keputusan Pembelian (Y)	
a. Definisi Konseptual.....	57
b. Definisi Operasional.....	57
c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	59
d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian	61
2. Citra Merek (X1)	
a. Definisi Konseptual.....	64
b. Definisi Operasional.....	64
c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek.....	65
d. Validasi Instrumen Citra Merek.....	67

3. Motivasi Konsumen (X2)	
a. Definisi Konseptual.....	69
b. Definisi Operasional.....	69
c. Kisi-Kisi Instrumen Motivasi Konsumen	70
d. Validasi Instrumen Motivasi Konsumen.....	72

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis	
a. Uji Normalitas	75
b. Uji Linearitas.....	76
2. Persamaan Regresi Linier Tunggal	77
3. Uji Hipotesis	77
a. Uji Signifikansi Parsial atau Individual (Uji t).....	77
4. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	80
2. Citra Merek (Variabel X1).....	85
3. Motivasi Konsumen (Variabel X2).....	89

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Persyaratan Analisis	
a. Uji Normalitas	94
b. Uji Linieritas	98
2. Persamaan Regresi Linier Tunggal	100

3. Uji Hipotesis	104
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	104
4. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	106
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	107
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	112
B. Implikasi	113
C. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	122
RIWAYAT HIDUP	160

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Surat Permohonan Izin Penelitian	122
Lampiran 2.	Surat Perizinan Penelitian.....	123
Lampiran 3.	Kuesioner Uji Coba	124
Lampiran 4.	Data Mentah Hasil Uji Coba	129
Lampiran 5.	Hasil Uji Realibilitas	132
Lampiran 6.	Kriteria Reliabilitas Konsumen	135
Lampiran 7.	Kuesioner Final.....	136
Lampiran 8.	Data Mentah Hasil Penelitian Final.....	139
Lampiran 9.	Hasil Skor Variabel (Y,X1,X2).....	144
Lampiran 10.	Deskriptif Data (Variabel Y,X1,X2)	145
Lampiran 11.	Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	146
Lampiran 12.	Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (X1).....	147
Lampiran 13.	Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Konsumen (X2).....	148
Lampiran 14.	Histogram Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	149
Lampiran 15.	Histogram Variabel Citra Merek (X1).....	150
Lampiran 16.	Histogram Variabel Motivasi Konsumen (X2)	151
Lampiran 17.	Perhitungan Uji Prasyarat Analisis.....	152
Lampiran 18.	Perhitungan Persamaan Regresi Tunggal	154
Lampiran 19.	Perhitungan Uji Hipotesis.....	156
Lampiran 20.	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	157

Lampiran 21. Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi.....	158
Lampiran 22. Titik Presentasi Distribusi t	159

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel II.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian	44
Tabel III.1	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian)	59
Tabel III.2	Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	61
Tabel III.3	Kisi-Kisi Instrumen Variabel X1 (Citra Merek)	65
Tabel III.4	Skala Penilaian Instrumen Citra Merek	66
Tabel III.5	Kisi-Kisi Instrumen Variabel X2 (Motivasi Konsumen).....	71
Tabel III.6	Skala Penilaian Instrumen Motivasi Konsumen	72
Tabel IV.1	Deskriptif Data Variabel Keputusan Pembelian.....	82
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	83
Tabel IV.3	Hasil Skor Variabel Keputusan Pembelian (Variabel Y)	84
Tabel IV.4	Deskriptif Data Variabel Citra Merek (Variabel X1)	86
Tabel IV.5	Distribusi Frekuensi Citra Merek (Variabel X1)	87
Tabel IV.6	Hasil Skor Variabel Citra Merek (Variabel X1).....	88
Tabel IV.7	Deskriptif Data Variabel Motivasi Konsumen (Variabel X2).....	91
Tabel IV.8	Distribusi Frekuensi Motivasi Konsumen (Variabel X2)	91
Tabel IV.9	Hasil Skor Variabel Motivasi Konsumen (Variabel X2).....	92
Tabel IV.10	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (X1-Y)	95
Tabel IV.11	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (X2-Y)	97
Tabel IV.12	Uji Linieritas (X1-Y)	99
Tabel IV.13	Uji Linieritas (X2-Y)	100
Tabel IV.14	Uji Korelasi Parsial (X1-Y)	101

Tabel IV.15 Uji Korelasi Parsial (X2-Y)	101
Tabel IV.16 Persamaan Regresi Linier Tunggal (X1-Y)	102
Tabel IV.17 Persamaan Regresi Linier Tunggal (X2-Y)	103
Tabel IV.18 Uji Signifikansi Parsial- Uji t (X1-Y)	105
Tabel IV.19 Uji Signifikansi Parsial-Uji t (X2-Y)	106
Tabel IV.20 Koefesien Determinasi (X1-Y)	106
Tabel IV.21 Koefesien Determinasi (X2-Y)	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar I.1	Jumlah Penjualan Sepeda Motor Yamaha	3
Gambar II.1	Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	18
Gambar II.2	Komponen <i>Brand Image</i>	27
Gambar III.1	Konstelasi Hubungan Antar Variabel	56
Gambar IV.1	Grafik Histogram Keputusan Pembelian	83
Gambar IV.2	Grafik Histogram Citra Merek	88
Gambar IV.3	Grafik Histogram Motivasi Konsumen	92
Gambar IV.4	Analisis Probability Plot	96
Gambar IV.5	Analisis Probability Plot	98