

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	12
2.1.1. Merek .....	12
2.1.2. <i>Brand Awareness</i> .....	15
2.1.3. <i>Perceived Quality</i> .....	21
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	26
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	33
2.3. Kerangka Pemikiran .....	40
2.4. Hipotesis .....	43
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	44
3.1.1 <i>Company Profile</i> .....	44
3.1.2 Tempat Penelitian .....	47
3.1.3 Objek Penelitian .....	48
3.1.4 Waktu Penelitian .....	48
3.1.5 Batasan Penelitian .....	48
3.2. Metode Penelitian .....	49
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	49

3.4. Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	52
3.4.1. Populasi .....	52
3.4.2. Sampel .....	52
3.5. Prosedur Pengumpulan Data .....	54
3.6. Metode Analisis .....	55
3.6.1. Uji Instrumen .....	55
3.6.2. Uji Asumsi Dasar .....	57
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	58
3.6.4. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	59
3.6.5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
3.6.6. Uji Hipotesis .....	60
3.6.7. Koefisien Determinasi .....	62

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Unit Analisis .....	64
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	69
4.2.1. Uji Instrumen .....	69
4.2.2. Analisis Deskriptif .....	72
4.2.3. Uji Asumsi Dasar .....	82
4.2.3. Uji Asumsi Klasik .....	86
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
4.2.6. Uji Hipotesis .....	91
4.3. Implikasi Manajerial .....	98

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	100
5.2. Saran .....	101
5.2.1. Saran Akademis .....	101
5.2.2. Saran Operasional .....	101

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1.	Data Penjualan Sepeda Motor Nasional 2009-2011.....	5
Tabel 1.2..	Data Penjualan Sekuter Matik Naional 2009-2011 .....	8
Tabel 2.1.	Review Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel <i>brand awareness</i> .....	50
Tabel 3.2.	Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	50
Tabel 3.3.	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 3.4.	Bobot Nilai Pernyataan Kuesioner .....	52
Tabel 3.5.	Tabel Data Pengunjung Servis Honda Beat di <i>Dealer</i> Honda Margo Mulya Motor Tahun 2011 .....	53
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan .....	67
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Sekuter Matik Honda Beat .....	68
Tabel 4.6.	Uji Validitas.....	69
Tabel 4.7.	Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.8.	Data Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	72
Tabel 4.9.	Data Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	75

Tabel 4.10.	Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.11.	Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.12.	Hasil Uji Normalitas Residual.....	83
Tabel 4.13.	Hasil Uji Linearitas <i>Brand Awareness</i> dengan Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.14.	Hasil Uji Linearitas <i>Perceived Quality</i> dengan Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.15.	Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.16.	Uji Heteroskedastisitas.....	88
Tabel 4.17.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel 4.18.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.19.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 4.20.	Hasil Uji F <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.21.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 4.22.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
Tabel 4.23.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceive Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	97

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1.	Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	16
Gambar 2.2.	Nilai-nilai Kesadaran Merek.....	19
Gambar 2.3.	Nilai-nilai <i>Perceived Quality</i> .....	22
Gambar 2.4.	Proses Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 2.5.	Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1.	Pabrik dan Produksi Pertama Honda.....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian dan Jawaban Responden
- Lampiran 2 Hasil SPSS Uji Instrumen
- Lampiran 3 Hasil SPSS Uji Asumsi
- Lampiran 4 Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Hasil SPSS Uji Regresi dan Uji Hipotesis