

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian.	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Citra Merek	8
2.1.2 Harga	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.2. Review Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis.....	41
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian.....	41

3.3. Operasionalisasi Variabel.....	44
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.5. Populasi dan Sampel	45
3.6. Metode Analisis	48
3.6.1 Uji Instrumen	48
3.6.2 Uji Asumsi Dasar	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.4 Analisa Regresi Linear Sederhana	52
3.6.5 Analisa Regresi Linier Berganda	53
3.6.6 Uji Hipotesis	53
3.6.7 Koefisien Determinasi.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis	56
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	59
4.2.1 Uji Instrumen	59
4.2.2 Analisis Deskriptif	62
4.2.3 Uji Asumsi Dasar	69
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.5 Analisis Regresi	74
4.3 Implikasi Manajerial	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data daftar harga motor sport	4
Tabel 1.2	Data Penjualan New Megapro dan Byson	5
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran per Bulan	58
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	60
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	60
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel keputusan pembelian (Y)	61
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.9	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1)	62
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_2)	64
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.12	Uji Normalitas	69
Tabel 4.13	Uji Linearitas	71
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.15	Uji Heterokedatisitas	73
Tabel 4.16	Uji t variabel Citra merek terhadap keputusan pembelian	74
Tabel 4.17	Analisis determinasi citra merek terhadap keputusan pembelian	75
Tabel 4.18	Uji t variabel harga terhadap keputusan pembelian	76
Tabel 4.19	Analisis determinasi harga terhadap keputusan pembelian	78

Tabel 4.20	Uji F variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian	81
Tabel 4.21	Koefisienan variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian	82
Tabel 4.22	Analisis determinasi citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Pangsa Pasar Motor Sport	5
Gambar 2.1	Model lima tahap proses keputusan pembelian	28
Gambar 2.2	Kerangka pemikiran penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Kuesisioner jawaban
Lampiran 3	Uji Validitas
Lapmiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Linearitas
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas
Lampiran 8	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 9	Uji T
Lampiran 10	Uji F
Lampiran 11	Analisis Determinasi