

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	LANDASAN TEORI
A. Keputusan Pembelian Konsumen	9
1. Theory of Planed Behavior	9
2. Citra Merek.....	17
3. Kualitas Produk	21
4. Desain Produk.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pikiran.....	36
D. Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Sumber Data.....	38
C. Setting Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian	39
E. Desain Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
G. Teknik Pengumpulan Data	44
H. Teknik Analisis Data..	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Astra Honda Motor.....	51
1. Sejarah Singkat PT Astra Honda Motor.. ...	51
2. Profil Perusahaan PT Astra Honda Motor.....	52
3. Lokasi PT Astra Honda Motor.	52
4. Visi dan Misi PT. Astra Honda Motor.....	52
B. Deskripsi Responden	53
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	53
b. Responden Berdasarkan Usia.....	54
c. Responden Berdasarkan Pendidikan	55
d. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
e. Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	56
f. Responden Berdasarkan Tipe Pembelian.....	56
g. Responden Berdasarkan Pendapatan.	57
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen penelitian	63
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
E. Teknik Analisis Data	71
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2014-2018.....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	56
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Tipe Pembelian Sepeda Motor.....	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terkait Citra Merek.....	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terkait Kualitas Produk	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terkait Desain Produk	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terkait Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Citra Merek.....	64
Tabel 4.13 Uji Validitas Kualitas Produk	65
Tabel 4.14 Uji Validitas Desain Produk.....	66
Tabel 4.15 Uji Validitas Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.16 Uji Reabilitas	68
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.18 Uji Analisis Regresi Berganda	72
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4.20 Uji Simultan (Uji F)	74
Tabel 4.21 Uji Parsial (Uji t)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Rukun Jual Beli.	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Logo PT. Astra Honda Motor	52
Gambar 4.2 Output Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot.....	69
Gambar 4.3 Output Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scaterplot	71

