

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR PUSTAKA.....	ix
LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum PT. Astra Daihatsu Motor	1
1.1.2 Visi dan Misi PT. Astra Daihatsu Motor.....	1
1.1.3 Moto dan Logo PT. Astra Daihatsu Motor`	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Brand Image.....	13
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	13
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Membentuk Brand Image.....	14
2.1.2.3 Dimensi Brand Image.....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	20

2.1.4	Hubungan Brand Image Dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
2.5	Ruang Lingkup Peneliiian.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Variabel Operasional.....	39
3.3	Tahapan Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel.....	42
3.5	Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Jenis Data	44
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.3	Skala Pengukuran.....	44
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1	Uji Validitas.....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.7.2	Analisis Regresi Sederhana.....	50
3.7.3	MSI (<i>Methods of Succesive Interval</i>).....	50
3.7.4	Koefisien Determinasi.....	51
3.7.5	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.5.1	Uji Normalitas	52
3.7.5.2	Uji Heteroskedastisitas	53
3.7.6	Pengujian Hipotesis.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	56
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Kelamin.....	56
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Profesi.....	58
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.1.6	Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Mobil.....	60
4.1.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Attribute</i>	61
4.1.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Benefits</i>	62
4.1.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Value</i>	63
4.1.10	Tanggapan Responden Mengenai <i>Cultures</i>	64
4.1.11	Tanggapan Responden Mengenai <i>Personality</i>	66
4.1.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>User</i>	67
4.1.13	Tanggapan Responden Tentang Jenis Produk.....	68
4.1.14	Tanggapan Responden Tentang Bentuk Produk.....	69
4.1.15	Tanggapan Responden Tentang Merek.....	69
4.1.16	Tanggapan Responden Tentang Penjual.....	70
4.1.17	Tanggapan Responden Tentang Waktu Pembelian.....	71
4.1.18	Tanggapan Responden Tentang Tentang Cara Pembelian.....	71
4.2	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.1	Uji Normalitas.....	72
4.2.2	Uji Multikolinieritas.....	74
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.3	Analisis Regresi Sederhana.....	75
4.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	76
4.5	Uji Hipotesis.....	77
4.5.1	Uji Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.6.1	Gambaran <i>Brand Image</i> Daihatsu Xenia.....	78
4.6.2	Gambaran Keputusan Pembelian Daihatsu Xenia.....	79
4.6.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran Bagi Daihatsu.....	83
5.3	Saran Bagi Penulis Selanjutnya.....	84