

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Nuvolks Community.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Nuvolks.....	1
1.1.3 Logo Nuvolks.....	1
1.1.4 Struktur Organisasi Nuvolks.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.7.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	15
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	15
1.8 Sitematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1 Pemasaran.....	17
2.1.1.1 Konsep Pemasaran.....	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3 Citra Merek.....	19
2.1.3.1 Faktor-Faktor yang Membentuk Citra Merek.....	21
2.1.3.2 Dimensi Citra Merek.....	22
2.1.4 Kualitas Produk.....	24
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.3 Pengaruh Citra Merek & Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32

2.3 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Karakteristik Penelitian	37
3.2 Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Jenis Data.....	39
3.3 Tahapan Penelitian.....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Skala Pengukuran.....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2 Analisis Regresi Berganda.....	51
3.7.3 MSI (<i>Methods of Succesive Interval</i>).....	53
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	54
3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.7.4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	56
1. Uji T.....	56
2. Uji F.....	56
3. Koefisien Determinasi.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Hasil pengujian validitas dan reliabilitas.....	58
4.1.1 Uji Validitas.....	58

4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	60
4.2 Analisis Deskriptif Data Responden.....	61
4.2.1 Jenis Kelamin.....	61
4.2.2 Usia Responden.....	62
4.2.3 Pekerjaan.....	62
4.2.4 Pendidikan.....	63
4.2.5 Pendapatan.....	64
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	64
4.3.1 Variabel Template Citra Merek (X1).....	65
4.3.2 Variabel Kualitas Produk (X2).....	74
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	81
4.4 Analisis Regresi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	87
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	90
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	91
4.4.3 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	93
4.4.4 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T).....	94
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Bagi Volkswagen.....	99
5.2.2 Saran Bagi Penulis Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101