

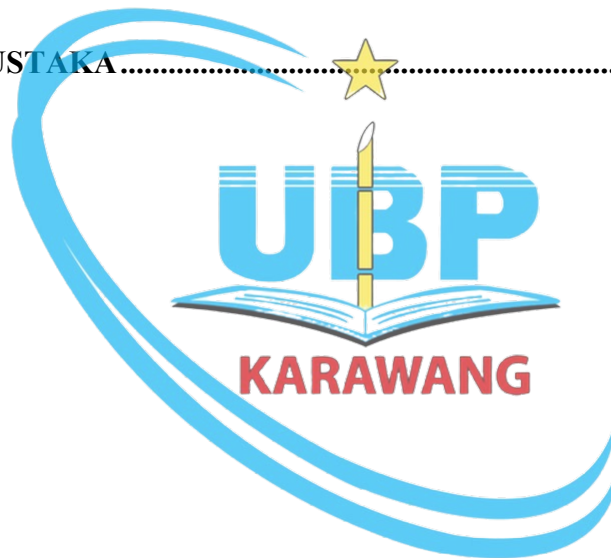
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.iii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	7iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Karakteristik Manajemen Pemasaran .	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Layanan Purna Jual	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	21
2.2.1	Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian

Error! Bo

2.2.2	Pengaruh Layanan purna jual terhadap keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Pengaruh Citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian	24
2.3	Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.4	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.3	Definisi dan Operasional Variabel	30
3.3.1	Definisi Variabel	30
3.3.2	Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	33
3.4.1	Populasi Penelitian	33
3.4.2	Sampel Penelitian	34
3.4.3	Teknik Sampling	35
3.5	Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Sumber Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Analisis Data	41
3.6.1	Transformasi Data	41
3.6.2	Uji Normalitas	41
3.6.3	Rancangan Analisis	41
3.6.4	Uji Hipotesis	44
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Profil Perusahaan	46
4.1.2	Profil Responden	48
4.1.3	Hasil Pengujian Keabsahan Data	49
4.1.3.1	Uji Validitas	49
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	51
4.1.4	Analisis Data	52

4.1.4.1 Transformasi Data	52
4.1.4.2 Uji Normalitas	52
4.1.5 Analisis Deskriptif	52
4.1.6 Analisis Verifikatif	57
4.1.7 Uji Hipotesis	59
4.2 Pembahasan Penelitian	63
4.2.1 Pembahasan Deskriptif.....	63
4.2.2 Pembahasan Verifikatif.....	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)	2
Tabel 1.2 TOP Brand Award Sepeda Motor 2019-2021.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Waktu penelitian	30
Tabel 3.2 Data Mahasiswa Program Studi Manajemen 2017	34
Tabel 3.3 Data Mahasiswa Yang Telah Melakukan Pembelian Sepeda Motor Honda	34
Tabel 3.4 Skala Likert.....	37
Tabel 3.5 Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.6 Kategori Nilai Mean	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Layanan Purna Jual (X2)	50
Tabel 4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.8 Skala Likert	53
Tabel 4.9 Kategori Nilai Mean	53
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Item Variabel Citra Merek	54
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Item Variabel Layanan Purna Jual	55
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	59
Tabel 4.16 Pengaruh Parsial Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.17 Pengaruh Parsial Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Nilai F	62

Tabel 4.19 Pengaruh Simultan Citra Merek (X1) dan Layanan Purna Jual (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	62
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Motor Domestik.....	3
Gambar 1.2 Penjualan Sepeda Motor Honda 20016-2021.....	5
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Logo AHM.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Data Ordinal Variabel Citra Merek (X1).....	76
Lampiran 3 Data Ordinal Variabel Layanan Purna Jual (X2).....	81
Lampiran 4 Data Ordinal Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Lampiran 5 Data Interval Variabel Citra Merek (X1)	91
Lampiran 6 Data Interval Variabel Layanan Purna Jual (X2)	96
Lampiran 7 Data Interval Variabel Keputusan Pembelian (Y)	101
Lampiran 8 Uji Validitas.....	106
Lampiran 9 Uji Reliabilitas	109
Lampiran 10 Uji Normalitas	112
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 12 Uji Determinasi (R ²)	113
Lampiran 13 ANOVA.....	113

