DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN **i**

SURAT PERNYATAAN **ii**

KATA PENGANTAR **iii**

ABSTRAK **v**

ABSTRACT **vi**

DAFTAR ISI **viii**

DAFTAR GAMBAR **xii**

DAFTAR TABEL **xiii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian…… 1

1.2.Identifikasi Dan Rumusan Masalah……..…….. 6

1.3.Maksud dan Tujuan penelitian……..…….. 6

1.4.Kegunaan Hasil Penelitia…… 7

1.4.1. Kegunaan praktis……. 7

1.4.2. Kegunaan Akademis…… 8

1.5.Lokasi dan waktu Penelitian…… 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1.Kajian Pustaka……. 10

2.1.1. Merek……... 10

2.1.1.1.Manfaat merek bagi konsumen…… 11

2.1.2. Brand equity…… 13

2.1.2.1.Lima Dimensi *Brand equity*…… 16

2.1.2.1.1. *Brand awareness*…… 16

2.1.2.1.2. Brand Association ……. 18

2.1.2.1.3. Perceived Quality ……. 20

2.1.2.1.4. Brand loyalty…….. 22
2.1.3. keputusan pembelian konsumen…….. 25
2.1.3.1.Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen…….. 25
2.1.3.2.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian…… 27
2.1.3.3.Pihak-Pihak Yang terlibat Dalam Peran Pembelian…… 32
2.1.3.4.Jenis-jenis Perilaku Pembelian…… 33
2.1.3.5.Proses Pengambilan Keputusan Pembelian……. 34
2.1.3.6.Hubungan *Brand Equity* dengan keputusan pembelian..…… 38
2.2.Kerangka pemikiran…… 41
2.3.Hipotesis…….. 46
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1.Objek Penelitian…….. 47
3.2.Metode Penelitian…… 48
3.2.1. Desain Penelitian……. 49
3.2.2. Operasionalisasi Variabel…… 52
3.2.3. Metode penarikan sampel…… 55
3.2.3.1.Populasi……... 55
3.2.3.2.Sampel……. 55
3.2.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data…….. 56
3.2.4.1.Jenis Data…… 59
3.2.4.2.Metode Pengumpulan Data……. 59
3.2.5. Metode Analisis dan Perancangan Uji Hipotesis…… 60
3.2.5.1.Metode Analisis……... 60
3.2.5.1.1. Uji Validitas……... 61
3.2.5.1.1.1.Hasil Uji Validitas……... 62
3.2.5.1.2. Uji Reliabilitas……... 63
3.2.5.1.2.1.Hasil Uji Reliabilitas……... 64
3.2.5.1.3. Analisis Deskriptif……. 66

3.2.5.1.4. Analisis kuantitatif……. 67
3.2.5.1.4.1.Analisis Regresi Linier Sederhana…….. 70
3.2.5.1.4.2.Analisis Korelasi *Product Moment*…….. 71
3.2.5.1.4.3.Analisis Koefisien Determinasi……... 73
3.2.5.2.Uji Hipotesis……..... 74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1.Hasil penelitian…… 76
4.1.1. Sejarah perusahaan…….. 76
4.1.2. Struktur organisasi……... 76
4.1.3. Job description……. 77
4.1.4. Aspek perusahaan…… 80
4.2.Pembahasan penelitian…….…...…… 81
4.2.1. Karakteristik responden……...…… 82
4.2.2. Hasil Analisis……...…… 86
4.2.2.1.*Brand equity*……..…….. 86
4.2.2.1.1. Tanggapan Responden Tentang Kesadaran Merek……... 86
4.2.2.1.2. Tanggapan Responden Tentang Kesan Kualitas 90
4.2.2.1.3. Tanggapan Responden Tentang Asosiasi Merek.…….. 92
4.2.2.1.4. Tanggapan responden Tentang loyalitas merek…… 95
4.2.2.2.Keputusan pembelian…….. 103
4.2.2.2.1. Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Masalah……... 103
4.2.2.2.2. Tanggapan Responden Tentang Pencarian Informasi……... 105
4.2.2.2.3. Tanggapan Responden Tentang Evaluasi Alternatif……. 106
4.2.2.2.4. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian……. 107
4.2.2.2.5. Tanggapan Responden Tentang Prilaku Pasca Pembelian… 108
4.3.Dampak *Brand Equity* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung)…… 113
4.3.1. Korelasi Pearson…….. 113

4.3.2. Analisis Regresi Linier Sederhana…….. 120
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi..... 125
4.3.4. Hasil uji hipotesis…… 126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1.Kesimpulan…….. 130
5.2.Saran…… 131
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN