**DAFTAR ISI**

**LEMBAR PENGESAHAN** ..... i
**PERNYATAAN KEASLIAN** ..... ii
**MOTTO** ..... iii
**ABSTRACT** ..... iv
**ABSTRAK** ..... v
**KATA PENGANTAR** ..... vi
**DAFTAR ISI** ..... ix
**DAFTAR GAMBAR** ..... xii
**DAFTAR TABEL** ..... vii
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... ix

**BAB I PENDAHULUAN** ..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 12
1.2.1 Identifikasi Masalah ..... 12
1.2.2 Rumusan Masalah ..... 13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian ..... 14
1.3.1 Maksud Penelitian ..... 14
1.3.2 Tujuan Penelitian ..... 14
1.4 Kegunaan Penelitian ..... 15
1.4.1 Kegunaan Penulis ..... 15
1.4.2 Kegunaan Peneliti Selanjutnya ..... 15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 15
1.5.1 Lokasi Penelitian ..... 15
1.5.2 Waktu Penelitian ..... 16

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS** ..... 17
2.1 Kajian Pustaka ..... 17
2.1.1 Citra Merek ..... 17
2.1.1.1 Pengertian Merek ..... 17
2.1.1.2 Tingkatan Merek ..... 17
2.1.1.3 Citra ..... 18
2.1.1.4 Citra Merek ..... 20
2.1.1.5 Dimensi Citra Merek ..... 20
2.1.2 Daya Saing ..... 21
2.1.2.1 Pengertian Daya Saing ..... 21

2.1.2.2 Indikator Daya Saing..... 23
2.1.2.2 Faktor-faktor daya saing..... 23

2.1.3 Minat Beli Konsumen..... 25
2.1.3.1 Faktor-faktor minat beli ..... 25
2.1.3.2 Indikator Minat beli..... 27

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu ..... 29
2.2 Kerangka Pemikiran ..... 30
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel..... 32
2.2.1.1 Pengaruh Citra Merek dengan Minat Beli..... 32
2.2.1.2 Pengaruh Daya Saing terhadap Minat Beli ..... 32
2.2.1.3 Pengaruh Citra Merek dan Daya Saing Terhadap Minat beli.....33
2.4 Hipotesis ..... 34

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN** ..... 36

3.1 Objek Penelitian..... 36
3.2 Metode Penelitian ..... 36
3.2.1 Desain Penelitian ..... 37
3.2.2 Operasonalisasi Variabel ..... 40
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data..... 43
3.2.3.1 Sumber Data..... 43
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data ..... 44
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data ..... 45
3.2.4.1 Uji MSI..... 47
3.2.4.2 Uji Validitas ..... 48
3.2.4.3 Uji Reliabilitas..... 51

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis ..... 55

3.2.5.1 Rancangan Analisis ..... 55
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis..... 63

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** ..... 66

4.1 Hasil Penelitian..... 66
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan ..... 66
4.1.2 Sejarah PT.Astra International ..... 66
4.1.3 Visi, Misi PT.Astra International ..... 68

4.1.4 Struktur Organisasi ..... 69
4.2 Pembahasan ..... 79
4.2.1 Karakteristik Responden..... 79
4.3 Analisis Deskriptif ..... 84
4.3.1 Citra Merek..... 84
4.3.2 Daya Saing.....96
4.3.3 Minat Beli ..... 111
4.4 Analisis Verivikatif..... 119
4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Klasik ..... 120
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda ..... 125
4.4.3 Analisis Pengaruh Parsial Citra Merek dan Daya Saing terhadap minat beli..... 131
4.4.3.1 Koefisien Determinasi Citra Merek terhadap Minat Beli ..... 131
4.4.3.2 Koefisien Determinasi Daya Saing terhadap Minat Beli..... 133
4.4.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....134
4.4.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....136

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**..... 140
5.1 Kesimpulan ..... 140
5.2 Saran ..... 142

**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN – LAMPIRAN LAIN**