DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

LEMBAR PERYATAAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL .....

DAFTAR GAMBAR .....

DAFTAR LAMPIRAN .....

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 13

1.3 Rumusan Masalah 13

1.4 Tujuan Penelitian 14

1.5 Kegunaan Penelitian 15

1.6 Pembatasan Masalah 15

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian 16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 17

2.1 Kajian Pustaka 17

2.1.1 Penjualan Personal 17

2.1.1.1 Pengertian Penjualan Personal 17

2.1.1.2 Indikator Penjualan Personal 21
2.1.2 Pengetahuan Produk 24
2.1.2.1 Pengertian Pengetahuan Produk 24
2.1.2.2 Perspektif Pengetahuan Produk 26
2.1.2.3 Indikator Pengetahuan Produk..... 30
2.1.3 Citra Merek..... 31
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek..... 31
2.1.3.2 Indikator Citra Merek 33
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen 36
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian 36
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian..... 36
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian..... 41
2.1.5 Penelitian Terdahulu..... 42
2.2 Kerangka Pemikiran..... 51
2.2.1 Keterkaitan Pengetahuan Produk dengan Citra Merek.. 52
2.2.2 Keterkaitan Penjualan Personal dengan Citra Merek 53
2.2.3 Keterkaitan Penjualan Personal dengan Keputusan Pembelian 54
2.2.4 Keterkaitan Pengetahuan Produk dengan Keputusan Pembelian 55
2.2.5 Keterkaitan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian 56
2.3 Hipotesis Penelitian..... 58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 60
3.1 Objek Penelitian..... 60
3.2 Metode Penelitian yang digunakan 61
3.3 Alur Pembahasan 62
3.4 Operasional Variabel..... 64
3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 67
3.5.1 Jenis Penelitian yang Digunakan 67
3.5.2 Jenis Data..... 67

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data 67
3.6 Teknik Penentuan Data 70
3.7 Teknik Pengujian Data 72
3.7.1 Uji Validitas 72
3.7.2 Uji Reliabilitas 74
3.8 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 76
3.8.1 Rancangan Analisis 76
3.8.1.1 Analisis Deskriptif 77
3.8.1.2 Analisis Verifikatif 79
3.8.2 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Pengaruh 88
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 89
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 89
4.1.1 Sejarah Perusahaan 89
4.1.2 Struktur Organisasi 89
4.1.3 Aspek Kegiatan Perusahaan 90
4.2 Hasil Penelitian 91
4.2.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner 93
4.2.2 Profil Responden 94
4.2.3 Analisis Deskriptif 98
4.2.3.1 Tanggapan Mengenai Penjualan Personal di Dealer Honda Ahmad Yani 98
4.2.3.2 Tanggapan Mengenai Pengetahuan Produk di Dealer Honda Ahmad Yani 107
4.2.3.3 Tanggapan Mengenai Citra Merek Mobil Honda BR-V di Dealer Honda Ahmad Yani Bandung 113
4.2.3.4 Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian Mobil Honda BR-V di Dealer Honda Ahmad Yani 118
4.2.4 Analisis Verifikatif 125
4.2.4.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*) . 129
4.2.4.2 Pengujian Model Pengukuran (*Inner Model*) .. 138

4.2.5 Pengujian Hipotesis 143
4.2.5.1 Uji Hipotesis H1 144
4.2.5.2 Uji Hipotesis H2 (Sub Struktur 1) 144
4.2.5.3 Uji Hipotesis H3 dan H4 (Sub Struktur 2) 149
4.2.6 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung dan Total Pengaruh 156
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 158
5.1 Kesimpulan 158
5.2 Saran 160
5.2.1 Saran Operasional 160
5.2.2 Saran Akademis 161
DAFTAR PUSTAKA 162
LAMPIRAN 166