

## DAFTAR ISI

Halaman

**HALAMAN JUDUL**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR ..... i**

**DAFTAR ISI ..... iv**

**DAFTAR TABEL ..... viii**

**DAFTAR GAMBAR ..... x**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah ..... 1

1.2. Identifikasi Masalah ..... 5

1.3. Batasan Masalah ..... 5

1.4. Perumusan Masalah ..... 6

1.5. Tujuan Penelitian ..... 6

1.6. Manfaat Penelitian ..... 7

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

2.1. Uraian Teoritis ..... 8

2.1.1. Citra Merek (*Brand Image*) ..... 8

2.1.1.1. Pengertian Citra Merek ..... 8

2.1.1.2. Pengertian dan Peran Kesadaran Merek ..... 9

2.1.1.3. Indikator Citra Merek ..... 11

2.1.2. Promosi ..... 11

2.1.2.1. Pengertian Promosi ..... 11

2.1.2.2. Tujuan Promosi .....	12
2.1.2.3. Bentuk-Bentuk Promosi .....	13
2.1.2.4. Fungsi Promosi .....	14
2.1.2.5. Indikator Promosi .....	14
2.1.2.6. Daya Tarik Iklan .....	16
2.1.3. Keputusan Pembelian .....	17
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
2.1.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	20
2.1.3.3. Peran Penting Keputusan Pembelian .....	24
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	24
2.1.3.5. Model Perilaku Konsumen .....	25
2.2. Penelitian Sebelumnya .....	25
2.3. Kerangka Konseptual .....	27
2.4. Hipotesis .....	27

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	29
3.2. Populasi dan Sampel .....	29
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	35
3.6. Teknik Analisis Data .....	38

## **BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Indako Trading Coy	
Cabang Jl. Makmur Medan .....	43
4.1.2. Visi dan Misi .....	43
4.1.3. Struktur Organisasi .....	44
4.1.4. Job Description .....	44
4.2. Profil Responden .....	47
4.2.1. Identitas Responden .....	47
4.3. Hasil Penelitian .....	50
4.3.1. Uji Validitas .....	50
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	53
4.3.3. Jawaban Responden .....	54
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	59
4.4.1. Uji Normalitas Data .....	60
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	62
4.4.3. Uji Heterokedastisitas .....	63
4.4.4. Regresi Linier Berganda .....	64
4.5. Uji Hipotesis .....	65
4.5.1. Uji Signifikan Parsial (Uji T) .....	65
4.5.2. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	66
4.5.3. Koefisien Determinasi .....	68
4.6. Pembahasan .....	68

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Saran .....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Honda CBR 150 R .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian .....	29
Tabel 3.2 Skala Likert's .....	33
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Profil Responden .....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek (X1) .....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Daya Tarik Promosi (X2) .....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas Variabel X1,X2 Dan Y .....	53
Tabel 4.6 Jawaban Responden Untuk Variabel X1(Citra Merek) .....	54
Tabel 4.7 Jawaban Responden Untuk Variabel X2 (Daya Tarik Promosi) .....	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	58
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas .....	62
Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 4.11 Uji Parsial .....	65

Tabel 4.12 Uji Simultan .....	67
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi .....	68



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Abdullah dan Tantri (2016:113).....	21
Gambar 2.2 Abdullah dan Tantri (2016:112).....	25
Gambar 2.3 Kerangka/Konseptual Penelitian.....	27
Gambar 3.1 Uji F Hitung .....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Indako Trading Coy Medan .....	44
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.3 PP Plot Uji Normalitas .....	61
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas .....	63