

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Grand Theory</i>	12
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	17
2.2.1 Citra Merek.....	17
2.2.2 Persepsi Kualitas	22
2.2.3 Persepsi Risiko	25
2.2.4 Persepsi Nilai.....	27
2.2.4 Keputusan Pembelian	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.3.1 Citra Merek Dengan Persepsi Nilai	34
2.3.2 Persepsi Kualitas Dengan Persepsi Nilai.....	35
2.3.3 Persepsi Risiko Dengan Persepsi Nilai.....	35
2.3.3 Persepsi Nilai Dengan Keputusan Pembelian	36
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.6 Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.2.1 Populasi Penelitian	46
3.2.2 Sampel Penelitian	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Metode Analisis Data	52
3.5.1 Uji Alat Ukur	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reabilitas.....	54
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas.....	54
2. Uji Multikolineritas.....	55
3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	56
3.5.4 Pengujian Hipotesis	58
1. Uji Statistik t	58
2. Uji Statistik F	59
3.5.5 Uji Determinasi (R^2).....	60
3.6. Uji Sobel.....	60
 BAB IV HASIL DAN ANALISIS	 62
4.1 Gambaran Umum Honda Freed	62
4.2 Gambaran Umum Responden	63
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Terhadap Jenis Kelamin.....	63
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Jenis Kelamin	64
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Terhadap Pekerjaan.....	65
4.3 Analisis Kuantitatif	66
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	68
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	71
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko	74

4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Nilai.....	77
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	79
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka	81
4.4	Analisis Data	83
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
1.	Uji Validitas	83
2.	Uji Reliabilitas	85
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	86
1.	Uji Normalitas	86
2.	Uji Multikolonieritas	88
3.	Uji Heterokedasitas	89
4.4.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	91
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	94
1.	Uji t	94
2.	Uji Signifikansi Simultan (uji F)	96
3.	Koefisien Determinasi (R^2)	97
4.4.5	Uji Mediasi	98
4.5	Pembahasan	100
BAB V	PENUTUP	111
5.1	Kesimpulan	111
5.1.1	Kesimpulan Hasil Penelitian	111
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	112
5.2	Keterbatasan Penelitian	113
5.3	Saran	114
5.3.1	Saran Bagi Honda Freed	114
5.3.2	Saran Penelitian Yang Akan Datang	116
	DAFTAR PUSTAKA	118
	DAFTAR LAMPIRAN	123