

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Tahap Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Peneliti Terdahulu .....	13
2.2 Tinjauan Teori .....	31
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	31
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	31
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	32
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	33
2.2.3 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	35
2.2.4 <i>Brand Image</i> .....	36
2.2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	36
2.2.4.2 Faktor-Faktor yang Membentuk <i>Brand Image</i> ...	37
2.2.4.3 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	38

2.2.5 Perilaku Konsumen .....	41
2.2.6 Teori AIDDA .....	42
2.2.7 Keputusan Pembelian .....	44
2.2.8 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian .....	48
2.3 Kerangka Pemikiran .....	50
2.4. Hipotesis Penelitian .....	52

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	53
3.2 Objek Penelitian .....	53
3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	54
3.3.1 Variabel .....	54
3.3.2 Skala Pengukuran .....	57
3.4 Populasi dan Sampel .....	58
3.4.2 Populasi .....	58
3.4.2 Sampel .....	58
3.5 Pengumpulan Data .....	60
3.5.1 Jenis Data .....	61
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	62
3.6.1 Uji Validitas .....	62
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	64
3.7 Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	65
3.7.2 Transformasi Data Ordinal ke Interval .....	67
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	68
3.7.4 Analisis Korelasi .....	69
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	71
3.7.6 Analisis Regresi Sederhana .....	71
3.8 Uji Hipotesis .....	72

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	74
4.1.1	Sejarah PT Astra Honda Motor (AHM) .....	74
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	76
4.2	Hasil Penelitian .....	77
4.2.1	Karakteristik Responden .....	77
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	78
4.2.2.1	Variabel <i>Brand Image</i> .....	78
4.2.2.2	Variabel Keputusan Pembelian .....	81
4.3	Analisis Data .....	84
4.3.1	Uji Asumsi Klasik .....	84
4.3.2	Uji Koefisien Korelasi .....	87
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi .....	88
4.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	88
4.3.5	Uji Hipotesis .....	89
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	90
4.4.1	Analisis Deskriptif .....	90
4.4.1.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	90
4.4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	93
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	96

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	98
5.2	Saran .....	98
5.2.1	Saran Praktis .....	99
5.2.2	Saran Akademis .....	99

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**