

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Kerangka Teoritis	9
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2. Spesifikasi Produk.....	20
2.1.3. Persepsi Harga.....	22
2.1.4. Brand Awareness	24
2.2. Penelitian Relevan	26
2.3. Kerangka Berpikir	29
2.4. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2. Jenis Penelitian	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.4. Variabel Penelitian	32
3.5. Defenisi Operasional	32
3.6. Desain Penelitian.....	33

3.7.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.8.	Instrumen Penelitian.....	37
3.8.1.	Validitas	37
3.8.2.	Uji Reliabilitas	38
3.9.	Teknik Analisis Data	38
3.9.1.	Uji Asumsi Klasik	38
3.9.2.	Analisis Deskriptif	39
3.9.3.	Uji Hipotesis.....	39
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Sejarah Singkat Astra Honda Motor.....	42
4.1.2	Visi dan Misi Astra Honda Motor	42
4.1.2.1	Visi Astra Honda Motor	42
4.1.2.2	Misi Astra Honda Motor	42
4.2	Deskripsi Data	42
4.2.1	Identitas Responden.....	43
4.3	Hasil Analisis Data	44
4.3.1	Pengujian Instrumen	44
4.3.1.1	Uji Validitas.....	44
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	47
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	48
4.3.2.1	Uji Normalitas.....	48
4.3.2.2	Uji Homogenitas	49
4.4	Uji Analisis Jalur	50
4.4.1	uji linearitas	50
4.4.2	Diagram Jalur (Path analysis)	50
4.4.3	Persamaan Jalur	51
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	53
	Pengujian Hipotesis 1.....	53
	Pengujian Hipotesis 2	54
	Pengujian Hipotesis 3	54
	Pengujian Hipotesis 4	54
	Pengujian Hipotesis 5	54

Pengujian Hipotesis 6	54
Pengujian Hipotesis 7	54
Pengujian Hipotesis 8	55
4.5 Pembahasan	55
4.5.1 Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap spesifikasi produk.....	55
4.5.2 Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Spesifikasi Produk.....	56
4.5.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.5.5 Pengaruh Spesifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.5.6 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Persepsi Harga.....	57
4.5.7 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Spesifikasi Produk.....	58
4.5.8 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Spesifikasi Produk.....	58
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105