**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI i**

**SURAT PERNYATAAN ii**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI v**

**DAFTAR TABEL viii**

**DAFTAR GAMBAR ix**

**ABSTRAK x**

**ABSTRAC xi**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

* 1. Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat penelitian 12

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Keputusan Pembelian 13

2.1.1 Proses Keputusan Pembelian : Model Lima Tahap 14

2.1.2 Komponen Keputusan Pembelian 16

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 18

* 1. Kualitas Produk 19
	2. Harga 25
	3. Promosi (Promotion) 28
	4. Citra Merek 40
	5. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis 44

2.6.1 Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 44

2.6.2 Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 45

2.6.3 Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 47

2.6.4 Pengaruh cira merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 48

* 1. Kerangka Konseptual 49

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. Objek Penelitian 51
	2. Populasi dan Sampel 51
		1. Populasi 51

 3.2.2 Sampel 51

 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 52

* 1. Jenis Data dan Sumber Data 52
		1. Jenis Data 52
		2. Sumber Data 53
	2. Teknik Pengumpulan Data 53
	3. Definisi Operasional Variabel 53
		1. Variabel Independent (X) 53
		2. Variabel Dependent (Y) 55
	4. Skala Pengukuran Variabel 55
	5. Uji Instrumen Penelitiam 55

3.7.1 Uji Validitas 55

3.7.2 Uji Reliabilitas 56

* 1. Metode Analisa Data 56

3.8.1 Analisa Deskriptif 56

3.8.2 Analisa Inferensial 57

3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik 57

3.8.2.2 Analisa Regresi Linear Berganda 58

3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi ( R² ) 59

3.8.2.4 Uji Kelayakan Model Uji F-Statistik 59

* 1. Pengujian Hipotesis 60

3.9.1 Uji T-tes Statistik 60

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

* 1. Deskripsi Umum Responden 62

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 62

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender 63

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 64

4.1.4 Karakteristik Respoden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Tiap Bulan 65

4.1.5 Karakteristik Respoden Berdasarkan Pekerjaan 67

* 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas 68

4.2.1 Uji Validitas 68

4.2.2 Uji Reliabilitas 73

* 1. Deskripsi Hasil Penelitian 74
	2. Uji Asumsi Klasik 79

4.4.1 Uji Normalitas 79

4.4.2 Uji Multikolinearitas 80

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 81

* 1. Pembahasan Hasil Analisa Regresi Berganda 82

 4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( R² ) 84

 4.5.2 Uji Kelayakan Model Uji F-Statistik 84

 4.5.3 Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan 85

4.5.3.1 Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 85

4.5.3.2 Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 86

4.5.3.3 Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 88

4.5.3.4 Pengaruh cira merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 90

**BAB V** **PENUTUP**

5.1 Kesimpulan 91

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran 91

 5.2.1 Keterbatasan Penelitian 91

 5.2.2 Saran 92

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Tren *Brand Value* Sepeda Motor Bebek *Matic 2*

Tabel 1.2 Top Brand 2014 Kategori Sepeda Motor *Matic 3*

Tabel 1.3 Data Penjualan Sepeda Motor Honda di Bulan November 2013 – April 2014 Dealer Menara Agung Kota Padang / unit 4

Tabel 1.4 Daftar Keluhan Pengguna Sepeda Motor Honda Vario di Kota Padang 5

Tabel 2.1 Kerangka dasar komunikasi umum 30

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 63

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender 64

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 64

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Tiap Bulan 66

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 67

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk Tahap I 68

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk Tahap II 69

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga 69

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi 70

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek 71

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Tahap I 72

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Tahap II 72

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Tahap III 73

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 74

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk 75

Tabel 4.16 Distribusi Frekeunsi Variabel Harga 76

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi 76

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek 77

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian 78

Tabel 4.20 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov – Smirnov 80

Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas 81

Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas 82

Tabel 4.23 Hasil Analisa Regresi Berganda 83

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen 14

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 50