

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Literasi Arab Latin	xvii
Abstrak	xxi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	12
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Penegasan Istilah.....	15
F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	17
G. Sistematika Pembahasan	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran Sepeda Motor	20
B. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
C. Kualitas Produk	28
D. Harga	31
E. Keputusan Pembelian	35
F. Hubungan Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Keputusan Pembelian	36
G. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	37
H. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	38
I. Penelitian Terdahulu.....	39
J. Kerangka Konseptual	44
K. Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	48
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	52
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	54
E. Teknik Analisis Data.....	60

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Gambaran Umum Responden	79
C. Deskripsi Data.....	83
D. Pengujian Hipotesis.....	112

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung	131
B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung.....	133
C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung.....	135
D. Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>), Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung	138

BAB VI KESIMPULAN

A. Kesimpulan	140
B. Saran.....	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP