

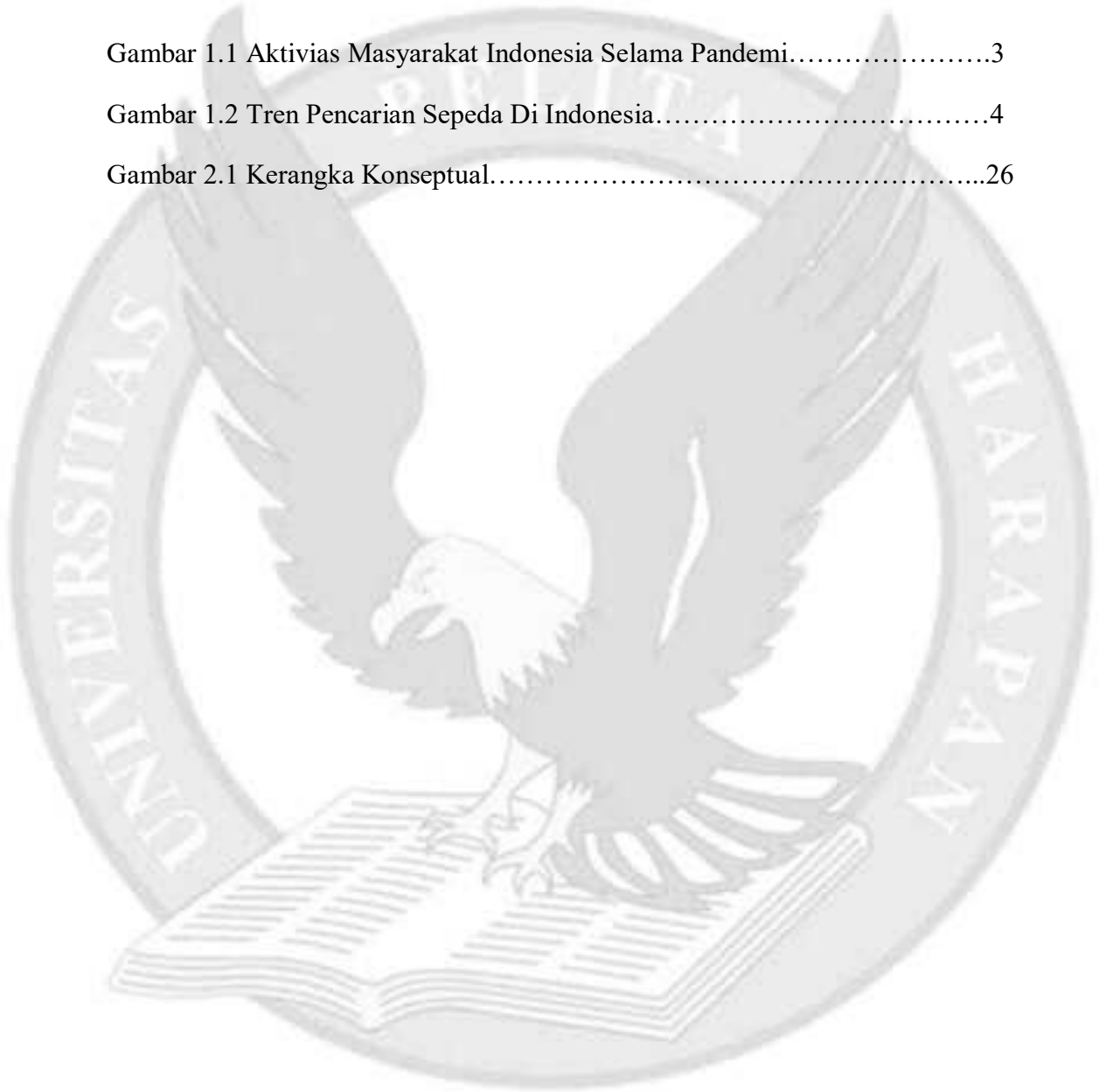
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika penulisan	9
BAB I PENDAHULUAN.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	10
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	10
BAB V KESIMPULAN.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Konstruk.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Brand Image.....	14
2.1.3 Product Quality.....	17
2.1.4 Brand Trust.....	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	21

2.3	Model Penelitian	25
2.4	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Objek Penelitian	28
3.2	Subjek Penelitian	28
3.3	Tipe Penelitian	28
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	29
3.5	Populasi dan Sampel.....	33
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel	33
3.5.2	Metode Penarikan Sampel	34
3.6	Metode pengumpulan data.....	35
3.6.1	<i>Data Primer</i>	35
3.6.2	<i>Data Sekunder</i>	35
3.7	Metode Analisis.....	36
3.7.1	<i>Metode Pengolahan Data</i>	36
3.7.2	<i>Analisis Data</i>	36
4.1	Uji pengaruh parsial dengan Uji t	38
4.2	Uji pengaruh simultan dengan Uji F	39
4.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2	Deskripsi Identitas Responden.....	42
4.3	Asumsi Klasik	45
4.4	Analisa Deskriptif	46
4.5	Analisa Regresi Linier Berganda	47
4.6	Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Implikasi	54
5.2.1	<i>Implikasi Teoritis</i>	54
5.2.2	<i>Implikasi Manajerial</i>	55
5.3	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Masyarakat Indonesia Selama Pandemi.....	3
Gambar 1.2 Tren Pencarian Sepeda Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i>	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Deskripsi Usia.....	43
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Deskripsi Pendapatan.....	44
Tabel 4.5 Deskripsi Pembelian Sepeda.....	44
Tabel 4.6 Deskripsi Asal Mula Informasi.....	45
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.10 Analisa Deskriptif.....	47
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji F.....	49
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Petunjuk Pengisian Dan Daftar Pertanyaan Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil SPSS

Lampiran 3 Hasil Turnitin

