

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penulisan	14
1.4 Manfaat Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM.....	16
2.1 Kondisi Umum	16
2.1.1 PT Astra International Tbk. – Honda Sales Office	16
2.1.2 Falsafah, Visi dan Misi Perusahaan	18
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pengertian Merek	20
2.2.2 Pengertian Kesadaran Merek	23
2.2.3 Minat Beli	25
2.2.4 Pembelian Ulang.....	28
2.3 Tinjauan Pustaka	29
2.4 Kerangka Pemikiran	30
2.5 Hipotesis.....	31
2.6 Metodologi Penelitian	32
2.6.1 Desain Penelitian	32
2.6.2 Tempat dan Waktu.....	32
2.6.3 Populasi dan Sampel	32
2.6.4 Definisi Operasional	33
2.7 Jenis Data dan Sumber Data.....	37

2.7.1	Jenis Data	37
2.7.2	Sumber Data.....	37
2.8	Teknik Pengumpulan Data	38
2.9	Teknik Pengolahan Data	38
2.10	Kuesioner.....	39
2.11	Skala Pengukuran	39
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN		40
3.1	Analisis	40
3.1.1	Karakteristik Responden.....	40
3.1.2	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	44
3.1.3	Uji Hipotesis	49
3.1.4	Uji Koefisien.....	52
3.1.5	Uji Normalitas.....	53
3.1.6	Uji Regresi Linear Sederhana	54
3.1.7	Uji Korelasi.....	56
3.2	Pembahasan	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		59
4.1	Kesimpulan.....	59
4.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61