

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir. Laporan ini menjadi salah satu syarat kelulusan penulis dalam menyelesaikan masa perkuliahan di Fakultas Terapan Universitas Telkom. Penulisan Laporan Tugas Akhir (LTA) ini tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas dasar itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Nuskamnof dan Ibu Rosni selaku orang tua yang selalu mendukung segala aktivitas yang penulis lakukan dan yang selalu mendoakan atas keberhasilan penulis menjalankan kehidupannya.
2. Nella Kharina Putri dan Prasetya Prima Putra selaku kakak dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
3. Bapak Ganjar Mohamad Disastra, SE, MM selaku Kepala Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Ibu Widya Sastika, ST, MM selaku pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang berarti bagi penulis.
5. Keluarga besar dosen dan mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran yang berperan nyata dalam perkuliahan penulis.
6. Dian Dezulastari selaku orang yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, dan selaku orang yang selalu memberikan dukungan dan inspirasi tiada henti.
7. Senna, Adi, Ajat, Arik, Isnan, Age, Sasti, Putri, Budi, Miu, Aceng, Amel dan Munjiyah yang selalu memberikan semangat bagi kehidupan perkuliahan penulis, dan selalu memberikan canda dan tawa yang selalu mengisi kehidupan penulis.
8. Seluruh kawan – kawan Pemasaran B 2011 yang telah menjadi keluarga baru bagi penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Bandung, 11 September 2014

M. Luthfi Rozeno

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Observasi.....	11
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	11
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 <i>Product</i> (produk).....	13
2.1.4 <i>Brand</i> (Merek).....	13
2.1.5 <i>Image</i>	14
2.1.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	14
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	16

2.1.8 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1 Pengujian Hipotesis.....	23
2.4 Metode Penelitian.....	24
2.4.1 Jenis Penelitian.....	24
2.4.2 Jenis Data.....	25
2.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
2.4.4 Skala Pengukuran.....	26
2.4.5 Populasi dan Lokasi.....	26
2.4.6 Sampel dan Teknik Sampling.....	26
2.4.7 Teknik Pengolahan Data.....	27
2.4.8 Metode Analisis.....	30
2.4.9 Operasional Variabel.....	31
2.5 Hasil dan Pembahasan.....	32
2.5.1 Deskripsi Responden.....	32
2.5.2 Hasil Pengujian Data.....	34
2.5.3 Uji Normalitas.....	36
2.6 Teknik Analisis Data.....	38
2.6.1 Analisis Data.....	38
2.6.1.1 Analisis Variabel <i>Brand Image</i>	38
2.6.1.2 Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	42
2.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	44
2.6.3 Uji F.....	46

2.6.4 Uji t.....	46
2.6.5 Uji R.....	47
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
3.1 Kesimpulan.....	49
3.2 Saran.....	50
3.2.1 Bagi Perusahaan.....	50
3.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	50
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Data Pengguna Motor Setiap Tahun.....	3
1.2 Data Penjualan Di Daerah Kabupaten Bandung.....	7
1.3 Perbandingan Data Top Brand 2012-2014.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Tabel Skala Likert.....	26
2.3 Operasional Variabel.....	31
2.4 Validitas <i>Brand Image</i> Honda Beat.....	34
2.5 Validitas Keputusan pembelian Honda Beat.....	35
2.6 Realibilitas <i>Brand Image</i> Honda Beat.....	36
2.7 Realibilitas Keputusan Pembelian Honda Beat.....	36
2.8 Data Normalitas.....	37
2.9 Analisis Sub Variabel Keunggulan Asosiasi Merek.....	38
2.10 Analisis Sub Variabel Kekuatan Asosiasi Merek.....	39
2.11 Analisis Sub Variabel Keunikan Asosiasi Merek.....	40
2.12 Analisis Variabel <i>Brand Image</i>	41
2.13 Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	43
2.14 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	44
2.15 Uji F.....	46
2.16 Uji t.....	47
2.17 Uji R.....	47

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Penjualan Motor dan Mobil di Indonesia.....	3
1.2 Perbandingan Penjualan Motor Dari Tahun 2011-2013.....	4
1.3 Pangsa Pasar Motor <i>Matic</i> di Indonesia 2012.....	4
1.4 Pangsa Pasar Motor <i>Matic</i> di Indonesia 2013.....	5
1.5 Pangsa Pasar Motor <i>Matic</i> di Indonesia 2014.....	5
1.6 Data penjualan <i>Matic</i> Tertinggi.....	6
1.7 Grafik Penjualan Skuter <i>Matic</i> Beat, Vario dan Scoopy.....	8
1.8 Penjualan Motor <i>Matic</i> Honda Beat Selama Satu Tahun.....	8
1.9 Lima Tahap Proses Keputusan pembelian.....	10
2.1 Lima Tahap Proses Keputusan pembelian.....	16
2.2 Rangkaian Merek Yang Diminati.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	33
2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir.....	33
2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	34
2.8 Uji Normalitas.....	37
2.9 Garis Kontinum Sub Variabel Keunggulan Asosiasi Merek.....	39
2.10 Garis Kontinum Sub Variabel Kekuatan Asosiasi Merek.....	40
2.11 Garis Kontinum Sub Variabel Keunikan Asosiasi Merek.....	41
2.12 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Image</i>	42
2.13 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian.....	44

2.14 Diagram Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
--	----