

2.3	Kesimpulan Penelitian Terdahulu.....	47
2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
2.5	Hubungan Antar Dimensi.....	53
2.5.1	Dimensi Variabel Independen Kesadaran Merek (X1).....	53
2.5.2	Dimensi Variabel Independen Persepsi Kualitas (X2).....	53
2.5.3	Dimensi Variabel Independen Asosiasi Merek (X3).....	54
2.5.4	Dimensi Variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).....	54
2.6	Hipotesis.....	56
BAB III	METODE PENELITIAN.....	57
3.1	Desain Penelitian.....	57
3.1.1	Jenis dan Metode Penelitian.....	57
3.1.2	Variabel Penelitian.....	58
3.2.	Definisi Konsep.....	59
3.3	Definisi Operational.....	59
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	61
3.4.1	Populasi.....	61
3.4.2	Sampel Penelitian.....	62
3.5	Jenis Dan Sumeber Data.....	63
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7	Teknik Analisis Data.....	64
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	66
3.7.2	Uji Validitas.....	66
3.8	Uji Reliabilitas.....	67
3.9	Uji Asumsi Normalitas.....	68
3.10	Uji Asumsi Multikolonieritas.....	68
3.11	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	69
3.12	Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.13	Koefisien Determinasi R ²	71
3.14	Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	71
3.15	Uji Hipotesis Secara Simultan (uji Statistik F).....	72
3.16	Analisis Antar Dimensi X dan Y.....	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1	Deskripsi Perusahaan.....	75
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	75
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	76
4.1.3	Budaaya Perusahaan.....	76
4.1.4	Dewan Komisaris Dan Direktur.....	77
4.1.4.1	Direktur PT CS Fianance.....	78
4.2	Produk PT CS Finance.....	78
4.2.1	Kredit Kepemilikan Motor.....	78
4.2.2	Layanan PT CS Finance.....	79

4.2.3	Patner Bisnis PT CS Finance.....	79
4.2.4	Jaringan Perusahaan PT CS Finance.....	80
4.2.5	Bisnis Proses PT CS Finance.....	80
4.3	Hasil Penelitian.....	81
4.3.1	Karakteristik Responden.....	81
4.3.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	82
4.3.1.2	Usia Responden.....	83
4.3.1.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	84
4.3.1.4	Rata-rata Penghasilan Responden.....	85
4.4	Deskriptif Data Hasil Tanggapan Responden.....	86
4.4.1	Hasil Distribusi Data Variabel Kesadaran Merek (X1)...	86
4.4.2	Hasil Distribusi Variabel Persepsi Kualitas (X2).....	88
4.4.3	Hasil Distribusi Variabel Assosiasi Merek (X3).....	91
4.4.4	Hasil Distribusi Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	93
4.5	Uji Instrumen.....	96
4.5.1	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kesadaran Merek...	77
4.5.2	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi Kualitas....	98
4.5.3	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Assosiasi Merek.....	99
4.5.4	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kep Pembelian	100
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	102
4.6.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	102
4.6.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
4.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	105
4.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
4.7.1	Koefisien Determenasi (R ²).....	108
4.7.2	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	110
4.7.4	Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	115
4.8	Pembahasan.....	119
4.8.1	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kep Pembelian....	119
4.8.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kep Pembelian...	120
4.8.3	Pengaruh Assosiasi Merek Terhadap Kep Pembelian....	122
4.8.4	Pengaruh variabel Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Assosiasi Merek	124
4.9	Implikasi Hasil Penelitian Tehadap Perusahaan.....	125
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	127
5.1	Kesimpulan.....	127
5.2	Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....		131