

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kontribusi Tugas Akhir.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 <i>Brand</i>	8
2.3 <i>Brand Awareness</i>	9
2.3.1 Definisi <i>Brand Awareness</i>	9
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	9
2.3.3 Dimensi <i>Brand Awareness</i>	10
2.4 Strategi <i>Positioning</i>	10
2.5 <i>Brand Positioning</i>	11
2.5.1 Definisi <i>Brand Positioning</i>	11
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Positioning</i>	11
2.5.3 Dimensi <i>Brand Positioning</i>	12
2.6 <i>Perceived Quality</i>	12
2.6.1 Definisi <i>Perceived Quality</i>	12
2.6.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Quality</i>	12
2.6.3 Dimensi <i>Perceived Quality</i>	14
2.7 Keputusan Pembelian.....	14
2.7.1 Definisi Keputusan Pembelian	14
2.7.2 Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.7.3 Tahapan Keputusan Pembelian	15
2.7.4 Dimensi Keputusan Pembelian	16

2.8	Kerangka Berpikir	17
2.9	Hipotesis Penelitian	18
BAB 3 METODE TUGAS AKHIR		24
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.2	Metode Penelitian	24
3.3	Jenis Penelitian.....	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1	Populasi	24
3.4.2	Sampel.....	25
3.5	Sumber Data.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Alat Ukur Data	34
3.8	Uji Instrumen.....	34
3.8.1	Uji Validitas	34
3.8.2	Uji Realibilitas.....	35
3.9	Uji Asumsi Klasik	35
3.9.1	Uji Normalitas.....	35
3.9.2	Uji Multikolinearitas	35
3.9.3	Uji Heterokedastisitas.....	36
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.11	Koefisien Determinasi.....	37
3.12	Uji Hipotesis.....	37
3.12.1	Uji t (Uji Parsial).....	37
3.12.2	Uji F (Uji Simultan)	38
BAB 4 DESAIN DAN SISTEM.....		39
4.1	Keadaan Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	39
4.2	Visi Misi Perusahaan	39
4.2.1	Visi Perusahaan	39
4.2.2	Misi Perusahaan.....	39
4.2.3	Struktur Organisasi.....	40
4.3	Keadaan Awal Sistem Perusahaan	40
4.4	Tahapan Analisis Penelitian.....	41

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Profil Responden	43
5.1.1 Usia	43
5.1.2 Jenis Kelamin	43
5.1.3 Pendidikan	44
5.1.4 Pekerjaan	44
5.1.5 Penghasilan	45
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1)	46
5.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Positioning</i> (X2).....	48
5.2.3 Deskripsi Variabel <i>Perceived Quality</i> (X3).....	50
5.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
5.3 Uji Validitas Data	55
5.3.1 Analisis Uji Validitas	55
5.3.2 Analisis Uji Reliabilitas	57
5.4 Uji Asumsi Klasik	58
5.4.1 Uji Normalitas	58
5.4.2 Uji Multikolinearitas	60
5.4.3 Uji Heterokedastisitas	60
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	62
5.6 Uji Hipotesis.....	62
5.6.1 Uji t.....	63
5.6.2 Uji F.....	63
5.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64
5.8 Pembahasan.....	64
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	70
6.3 Keterbatasan Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 : Rekapitulasi Data	81
Lampiran 3 : r_Tabel, t_Tabel, F_Tabel	85

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas.....	86
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas	88
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik	89
Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Lampiran 8 : Hasil Uji t (Parsial)	91
Lampiran 9 : Hasil Uji F (Simultan)	91
Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penjualan Green Tech 2023-2024	2
Tabel 1. 2 Data Jumlah Pengunjung Green Tech 2023-2024	2
Tabel 1. 3 Tabel Jumlah Komplain Pelanggan Green Tech 2023-2024.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Data Penjualan Green Tech 2023-2022.....	24
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	34
Tabel 5. 1 Data Usia Responden	43
Tabel 5. 2 Data Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 5. 3 Data Pendidikan Terakhir Responden	44
Tabel 5. 4 Data Pekerjaan Responden	44
Tabel 5. 5 Data Penghasilan Responden	45
Tabel 5. 6 Rentang Skala Kategorisasi Data Penelitian.....	46
Tabel 5. 7 Hasil Kuesioner Variabel Brand Awareness (X1)	47
Tabel 5. 8 Hasil Kuesioner Variabel Brand Positioning (X2)	48
Tabel 5. 9 Hasil Kuesioner Variabel Perceived Quality (X3)	50
Tabel 5. 10 Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 5. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen	56
Tabel 5. 12 Hasil Uji Realibilitas Instrumen.....	57
Tabel 5. 13 Hasil Uji Skewness Dan Kurtosis	59
Tabel 5. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 5. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Tabel 5. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 5. 17 Hasil Uji t Parsial	63
Tabel 5. 18 Hasil Uji F.....	64
Tabel 5. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Konsumen Memilih Merek Green Tech	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4. 2 Tipe Sepeda Motor Listrik Green Tech.....	41
Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	58
Gambar 5. 2 Hasil Uji Grafik Scatter Plot.....	61