

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Abstraksi	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18

2.1.1	Konsep Pemasaran	18
2.1.2	Pengertian Pemasaran	19
2.1.3	Perilaku Konsumen	21
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	28
2.1.5	Motivasi Konsumen	34
2.1.5.1	Pengertian Motivasi Konsumen	34
2.1.5.2	Teori Motivasi Konsumen.....	35
2.1.5.3	Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	36
2.1.6	Kepribadian Merek.....	38
2.1.6.1	Faktor Pembentuk Kepribadian Merek	39
2.1.6.2	Kepribadian Merek Sebagai Keunggulan Kompetitif	40
2.1.6.3	Dimnsi Kepribadian Merek.....	41
2.1.6.4	Hubungan Antara Kepribadian Merek Dengan Keputusan Pembelian Konsumen	41
2.1.7	Persepsi Kualitas	42
2.1.7.1	Hubungan Persepsi Kualitas Dengan Keputusan Pembelian	44
2.2	Penelitian Terdahulu	45
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	49
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	52

3.1.1 Variabel Penelitian	52
3.1.1.1 Variabel Dependen.....	52
3.1.1.2 Variabel Independen	53
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	56
3.2.1 Populasi	56
3.2.2 Sampel.....	56
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	59
3.4.1 Penyebaran Kuesioner.....	59
3.4.2 Observasi.....	58
3.4.3 Studi Kepustakaan.....	58
3.5 Metode Analisis Data.....	61
3.5.1 Analisis Kualitatif	61
3.5.2 Analisis Kuantitatif	61
3.5.2.1 Uji Kelayakan Kuesioner	62
3.5.2.1.1 Uji Validitas	62
3.5.2.1.2.Uji Reliabilitas	62
3.5.3 Analisis Angka Indeks	63
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.5.4.1 Uji Multikolinieritas.....	64
3.5.4.2 Uji Heteroskdastisitas	65
3.5.4.3 Uji Normalitas.....	66

3.5.5 Uji Regresi Berganda	67
3.5.6 Uji Goodness of Fit	68
3.5.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)	68
3.5.6.2 Uji F	69
3.5.6.3 Uji t	70
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	72
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.1.1 Sejarah Yamaha Motor Indonesia.....	72
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	74
4.1.3 Penjelasan Tentang Produk.....	74
4.2 Gambaran Umum Responden	76
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan usia	77
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	79
4.3 Analisis Data	80
4.3.1 Uji Validitas	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	82
4.4 Analisis Indeks Jawaban per Variabel	83
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Motivasi Konsumen.....	84
4.4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Kepribadian Merek.....	88

4.4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Persepsi Kualitas.....	91
4.4.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	94
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	97
4.5.1	Uji Multikolinearitas	97
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	99
4.5.3	Uji Normalitas.....	100
4.6	Analisis Regresi Berganda	102
4.7	Uji Goodness of Fit.....	103
4.7.1	Koefisien Determinasi.....	103
4.7.2	Uji F	104
4.7.3	Uji t	105
4.8	Pembahasan.....	107
BAB V PENUTUP.....		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	114
5.3	Saran.....	115
5.3.1	Saran Penelitian Yang Akan Datang.....	118
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		124