

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1.1 Pemasaran	18
2.1.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.2 Motivasi Konsumen	21
2.1.2.1 Teori Motivasi	24
2.1.2.2 Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	27
2.1.3 Persepsi Kualitas	28
2.1.3.1 Proses Pembentukan Persepsi.....	36
2.1.3.2 Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian	36
2.1.4 Sikap Konsumen	38
2.1.4.1 Komponen Sikap	39
2.1.4.2 Ciri-ciri Sikap	39
2.1.4.3 Fungsi Sikap	40
2.1.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap.....	41

	2.1.4.5	Cara Pengukuran Sikap.....	43
	2.1.4.6	Model Sikap.....	43
	2.1.4.7	Hubungan Sikap Konsumen dengan Keputusan Pembelian	46
	2.1.5	Keputusan Pembelian.....	47
	2.1.5.1	Konsep Keputusan Pembelian.....	48
	2.1.5.2	Perananan-peranan dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	53
	2.2	Penelitian Terdahulu	54
	2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	56
	2.4	Hipotesis.....	56
BAB III	METODE PENELITIAN		
	3.1	Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional	58
	3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	59
	3.2.1	Populasi	59
	3.2.2	Sampel.....	60
	3.3	Jenis dan Sumber Data.....	62
	3.4	Metode Pengumpulan Data.....	63
	3.4.1	Kuesioner	63
	3.4.2	Wawancara.....	64
	3.5	Metode Analisis Data.....	64
	3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	64
	3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	65
	3.5.2.1	Uji Validitas.....	65
	3.5.2.2	Uji Reliabilitas	66
	3.5.3	Analisis Angka Indeks	66
	3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	68
	3.5.4.1	Uji Multikolinearitas.....	68
	3.5.4.2	Uji Heteroskedastisitas	68
	3.5.4.3	Uji Normalitas	69
	3.5.5	Analisis Regresi Berganda	70
	3.5.6	Uji <i>Goodness of Fit</i>	71
	3.5.6.1	Uji F (Uji Simultan).....	71
	3.5.6.2	Uji t (Uji Parsial)	73
	3.5.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	73
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN		
	4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	75
	4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	75
	4.2	Gambaran Umum Responden	77
	4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis	

	Kelamin	78
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	78
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	79
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	80
4.3	Analisis Data	81
4.3.1	Uji Validitas	81
4.3.2	Uji Reliabilitas	84
4.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel	84
4.4.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Motivasi Konsumen	86
4.4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Persepsi Kualitas	90
4.4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Sikap Konsumen	94
4.4.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	98
4.5	Uji Asumsi Klasik	102
4.5.1	Uji Multikolinearitas	102
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	103
4.5.3	Uji Normalitas	104
4.6	Analisa Regresi Berganda	105
4.7	Uji <i>Goodness of Fit</i>	107
4.7.1	Uji F (Uji Simultan)	107
4.7.2	Uji t (Uji Parsial)	108
4.8	Koefisien Determinasi (R^2)	109
4.9	Pembahasan	110
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Keterbatasan	117
5.3	Saran	118
5.3.1	Implikasi Kebijakan	118
5.3.2	Saran Penelitian yang Akan Datang	121
DAFTAR PUSTAKA		122
LAMPIRAN-LAMPIRAN		125