

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	18
2.3.3 Strategi Pemasaran.....	22
2.4 Produk (<i>product</i>).....	24
2.5 Merek (<i>brand</i>).....	27
2.6 Harga (<i>price</i>).....	29
2.7 Promosi (<i>promotion</i>).....	31
2.8 Penelitian Terdahulu.....	36
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.10 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40

3.2	Lokasi Penelitian.....	40
3.3	Populasi dan Sampel.....	40
3.4	Sumber Data.....	42
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.6	Definisi Operasional.....	44
3.7	Metode Pengukuran Variabel.....	46
3.8	Teknik Pengolahan Data.....	47
3.9	Analisis Data.....	48
3.9.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3.9.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.9.3	Analisis Regresi Berganda.....	51
3.9.4	Koefisien Determinasi.....	52
3.9.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	52
3.9.6	Uji Simultan (Uji F).....	53
BAB IV PEMBAHASAN.....		55
4.1	Profil Perusahaan.....	55
4.2	Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.2.1	Deskripsi Responden.....	57
4.2.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	59
4.2.1.5	Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel.....	60
4.2.2	Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel... ..	60
4.2.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Produk (X_1).....	62
4.2.2.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Merek (X_2).....	64
4.2.2.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Harga (X_3).....	66
4.2.2.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Promosi (X_4).....	68
4.2.2.5	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian Honda Beat (Y).....	70
4.3	Analisis Data.....	72
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	72

4.3.1.1 Uji Validitas.....	72
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	74
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas.....	75
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.3.3 Analisa Regresi Linear Berganda.....	77
4.3.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	78
4.3.4.1 Koefisien Determinasi.....	78
4.3.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	79
4.3.4.3 Uji Parsial (Uji t).....	80
4.4 Interpretasi Hasil.....	82
4.4.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	82
4.4.2 Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian..	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90