

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Ruang Lingkup.....	13
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pemasaran.....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.1 Peran-peran Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
2.3 Promosi.....	24
2.4 Persepsi Merek.....	31
2.4.1 Proses Pembentukan Persepsi.....	34
2.5 Motivasi Konsumen.....	34
2.5.1 Teori Motivasi.....	35
2.5.2 Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	38
2.6 Kualitas Produk.....	39

2.7 Penelitian Terdahulu.....	41
2.8 Kerangka Pemikiran teoritis.....	44
2.9 Hipotesis	45

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	50
3.5.1 Analisis Kualitatif.....	51
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	51
3.6 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	52
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	52
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.8 Analisis Linear Berganda.....	53
3.9 Pengujian Model.....	54
3.9.1 Uji Goodness of Fit.....	54
3.9.2 Uji Statistik F.....	54
3.9.3 Uji Statistik t.....	55
3.9.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	55

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.2 Berdirinya Yamaha Motor <i>Corporation</i>	58
4.1.3 Sejarah Yamaha Motor di Indonesia.....	58
4.2 Gambaran Umum Produk	60
4.3 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	63
4.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Motor yang Dimiliki.....	65
4.4 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	67
4.4.1 Analisis Indeks Program Promosi.....	68
4.4.2 Analisis Indeks Persepsi merek.....	70
4.4.3 Analisis Indeks Motivasi Konsumen.....	72
4.4.4 Analisis Indeks Kualitas Produk.....	74
4.4.5 Analisis Indeks Keputusan Pembelian.....	76
4.5 Analisis Data Dan Pembahasan.....	78
4.5.1 Uji Validitas.....	78
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	81

4.6 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.6.1 Uji Normalitas.....	81
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	83
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85
4.7 Uji Analisis Linear Berganda.....	86
4.8 Uji Goodness of Fit.....	87
4.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.8.2 Uji Statistik F.....	88
4.8.3 Uji Statistik t.....	89
4.9 Pengujian Hipotesis.....	91
4.9.1 Pengujian Hipotesis 1.....	91
4.9.2 Pengujian Hipotesis 2.....	92
4.9.3 Pengujian Hipotesis 3.....	92
4.9.4 Pengujian Hipotesis 4.....	93
 BAB V	
Kesimpulan Dan Implikasi Penelitian	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.3 Saran.....	95
 DAFTAR PUSTAKA.....	98
 LAMPIRAN.....	101