

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman pengesahan.....	iii
Halaman Berita Acara.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian dan Definisi Pemasaran.....	7

2.2 Pengertian dan Definisi Manajemen Pemasaran.....	7
2.3. Pengertian dan Definisi Konsep Pemasaran.....	8
2.4. Teori Perilaku Konsumen.....	9
2.4.1 Teori Ekonomi Mikro.....	10
2.4.2. Teori Psikologis.....	10
2.4.2.1. Teori Belajar.....	11
2.4.2.2. Teori Psikoanalitis.....	12
2.4.3. Teori Sosiologis.....	12
2.4.4. Teori Anthropologis.....	13
2.4.5. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.2.5.1 Faktor Lingkungan Eksternal.....	13
2.2.5.2 Faktor Lingkungan Internall.....	15
2.5. Teori Motivasi.....	17
2.5.1. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi.....	19
2.5.2. Teori Motivasi Maslow.....	20
2.5.3. Teori Motivasi Rangsangan.....	22
2.5.4. Tingkat Pengukuran Motivasi.....	24
2.5.5. Hubungan Antara Produk dengan Karakteristik.....	25
2.6. Teori Pemasaran jasa.....	26
2.7. Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pegambilan Sampel.....	30
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3 Metode Analisis Data.....	34

BAB IV ANALISA DATA

4.1 Analisis Kuantitatif.....	37
4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Gender.....	37
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Umur.....	38
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	39
4.2 Analisis Deskriptif.....	40
4.2.1. Analisis Atribut yang Memotivasi berdasarkan Gender.....	40
4.2.2. Analisis Atribut yang Memotivasi berdasarkan Umur.....	43
4.2.3. Analisis Atribut yang Memotivasi berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	47
4.3 Analisis Statistik.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	63
---------------------	----

6.2 Saran.....	65
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	68
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	69
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Gender Responden.....	38
4.2. Umur Responden.....	38
4.3. Tingkat Penghasilan.....	39
4.4. Analisis Motivasi Konsumen Berdasarkan Gender	41
4.5. Analisis Motivasi Konsumen Berdasarkan Umur	44
4.6. Analisis Motivasi Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	48
4.7. Perhitungan Fo Berdasarkan Gender	53
4.8. Perhitungan Chi square berdasarkan Gender	54
4.9. Perhitungan Fo Berdasarkan Umur	56
4.10. Perhitungan Chi square berdasarkan Umur	57
4.11. Perhitungan Fo Berdasarkan Tingkat Penghasilan	58
4.12. Perhitungan Chi square berdasarkan Tingkat Penghasilan	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Proses S-R Model Black Box	11
2.2. Konsep Motif dan Motivasi	18

