

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu.....	8
2.2	Landasan Teori.....	9
2.2.1	Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2	Konsep Pemasaran.....	9
2.2.3	Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.2.3.1	Teori Perilaku Konsumen.....	10
2.2.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	11
2.2.4	Merek (<i>Brand</i>).....	15
2.2.4.1	Fungsi Merek.....	16
2.2.4.2	Manfaat Merek.....	16
2.2.5	Produk.....	17
2.2.5.1	Klasifikasi Produk.....	18
2.2.5.2	<i>Product Feature</i>	19
2.2.6	Harga.....	20
2.2.6.1	Kebijaksanaan Penetapan Harga.....	21
2.2.6.2	Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.2.7	Loyalitas Konsumen.....	23
2.2.7.1	Loyalitas Merek.....	24
2.2.7.2	Pola Loyalitas Merek.....	25
2.2.7.3	Tingkatan Loyalitas Merek.....	26
	Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.8	Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
3.1.1	Profil Perusahaan.....	31
3.1.2	Skema Perusahaan.....	33
3.1.3	Visi dan Misi PT.Toyota Astra Motor.....	33
3.2	Lokasi Penelitian.....	34
3.3	Variabel Penelitian.....	34
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5	Instrumen Pengumpul Data.....	36
3.5.1	Uji Validitas.....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.6	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.1	Data Primer dan Sekunder.....	39
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7	Populasi dan Sampel.....	40
3.7.1	Pengertian Populasi dan Sampel.....	40
3.7.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.8	Metode Analisis Data.....	42
3.8.1	Analisis Kualitatif.....	42
3.8.2	Analisis Kuantitatif.....	42
3.9	Sistematika Penulisan.....	45

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.2	Analisis Deskriptif.....	49
4.2.1	Karakteristik Konsumen.....	50
4.2.2	Penilaian konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki produk Mobil Toyota di Yogyakarta.....	56
4.3	Analisis Kuantitatif.....	62
4.3.1	Hasil Regresi Linear Berganda.....	62
4.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	65
4.3.3	Uji F.....	66
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi.....	67
4.3.5	Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	68
4.3.6	Analisis Korelasi Parsial.....	69
4.4	Strategi Pemasaran.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.4	Umur Responden.....	51
Tabel 4.5	Tingkat Pendidikan Responden.....	52
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.7	Tipe Mobil yang dimiliki Responden.....	55
Tabel 4.8	Penilaian Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4.9	Penilaian Variabel <i>Product Feature</i>	58
Tabel 4.10	Penilaian Variabel Harga.....	59
Tabel 4.11	Penilaian Variabel Loyalitas Konsumen.....	60
Tabel 4.12	Rangkuman Deskriptif Jawaban Responden.....	61
Tabel 4.13	Estimasi Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.16	Korelasi Parsial dan Determinasi Parsial.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1	Skema Perusahaan.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Hasil Jawaban 100 Responden
- Lampiran III *Frequency Table*
- Lampiran IV Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran V *Regression*
- Lampiran VI Tabel F pada α 5%
- Lampiran VII Tabel t pada α 5%
- Lampiran VIII Tabel Korelasi Pearson Product Moment pada α 5%

