

DAFTAR ISI

	Halaman
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
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi	5
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Konsep Pemasaran	10
2.3 Manajemen Pemasaran	12
2.4 Perilaku Konsumen	13
2.5 Faktor-Faktor Ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19

2.6 Faktor-Faktor Intern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.7 Proses Keputusan Membeli	33
2.8 Peranan Dalam Pembelian	33
2.9 Tipe-Tipe Membeli	34
2.10 Tahap-Tahap Proses Keputusan Membeli	38
2.11 Implikasi Perilaku Konsumen Pada Strategi Pemasaran	41
2.12 Hipotesa	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Jenis Data yang Diperlukan	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	46
3.4 Lokasi Penelitian	47
3.5 Definisi Operasional Variabel-Variabel	53
3.6 Metode Pengumpulan Sampel	55
3.7 Metode Analisa Data	56
BAB IV ANALISA DATA	
4.1 Menghitung Validitas Data	64
4.2 Menghitung Indeks Sikap Konsumen	68
4.3 Analisis Chi Square	72
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Uji Validitas untuk Variabel Harga	65
Tabel 4.2 : Uji Validitas untuk Variabel Keunggulan	66
Tabel 4.3 : Uji Validitas untuk Variabel Layout	66
Tabel 4.4 : Uji Validitas untuk Variabel Mutu	67
Tabel 4.5 : Uji Validitas untuk Variabel Service	67
Tabel 4.6 : Uji Validitas untuk Variabel Promosi	67
Tabel 4.7 : Uji Reliabilitas untuk Variabel Sepeda Motor Sanex	68
Tabel 4.8 : Sikap Responden terhadap Variabel Motor Sanex	70
Tabel 4.9 : Timbangan Responden terhadap Variabel Motor Sanex	71
Tabel 4.10 : Hubungan Antara Harga Dengan Usia	74
Tabel 4.11 : Hubungan Antara Keunggulan Dengan Usia	75
Tabel 4.12 : Hubungan Antara Layout Dengan Usia	76
Tabel 4.13 : Hubungan Antara Mutu Dengan Usia	77
Tabel 4.14 : Hubungan Antara Service Dengan Usia	79
Tabel 4.15 : Hubungan Antara Promosi dengan Usia	80
Tabel 4.16 : Hubungan Antara Harga Dengan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.17 : Hubungan Antara Keunggulan Dengan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.18 : Hubungan Antara Layout Dengan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.19 : Hubungan Antara Mutu Dengan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.20 : Hubungan Antara Service Dengan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.21 : Hubungan Antara Promosi Dengan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.22 : Hubungan Antara Harga Dengan Pekerjaan	89
Tabel 4.23 : Hubungan Antara Keunggulan Dengan Pekerjaan	91
Tabel 4.24 : Hubungan Antara Layout Dengan Pekerjaan	92
Tabel 4.25 : Hubungan Antara Mutu Dengan Pekerjaan	93
Tabel 4.26 : Hubungan Antara Service Dengan Pekerjaan.....	95

Tabel 4.27 : Hubungan Antara Promosi Dengan Pekerjaan	96
Tabel 4.28 : Hubungan Antara Harga Dengan Gaji/upah	97
Tabel 4.29 : Hubungan Antara Keunggulan Dengan Gaji/upah	99
Tabel 4.30 : Hubungan Antara Layout Dengan Gaji/upah.....	100
Tabel 4.31 : Hubungan Antara Mutu Dengan Gaji/upah	101
Tabel 4.32 : Hubungan Antara Service Dengan Gaji/upah	103
Tabel 4.33 : Hubungan Antara Promosi Dengan Gaji/upah	104
Tabel 4.34 : Rekapitulasi Koefisien Kontingensi dan C Maks	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian	15
Gambar 2.2 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian Menurut Engel, dkk	16
Gambar 2.3 Proses Motivasi	25
Gambar 2.4 Jenjang Kebutuhan Maslow	27
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Penilaian Konsumen yang Signifikan Berdasarkan Karakteristik Konsumen.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Struktur Organisasi PT.Tradindo Megah Lestari Main Dealer Surakarta

Tabel Kuesioner Responden

Data Uji Validitas 20 Responden

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Harga

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Keunggulan yang Ditawarkan

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Layout di Dealer

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Mutu

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Service yang Diberikan

Tabel Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Promosi yang Dilakukan

Pearson Product Moment Correlations Table

Chi Square Test : Usia Dengan Harga

Chi Square Test : Usia Dengan Keunggulan

Chi Square Test : Usia Dengan Layout

Chi Square Test : Usia Dengan Mutu

Chi Square Test : Usia Dengan Service

Chi Square Test : Usia Dengan Promosi

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Harga

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Keunggulan

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Layout

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Mutu

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Service

Chi Square Test : Jenis Kelamin Dengan Promosi

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Harga

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Keunggulan

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Layout

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Mutu

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Service

Chi Square Test : Pekerjaan Dengan Promosi

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Harga

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Keunggulan

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Layout

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Mutu

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Service

Chi Square Test : Gaji/Upah Dengan Promosi

Tabel Chi Square

