

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	ii
Halaman Judul Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Halaman Motto .....	vii
Abstrak .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	3
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.2.2.1 Konsep Produk .....	9
2.2.2.2 Konsep Penjualan .....	10
2.2.2.3 Konsep Pemasaran .....	10
2.2.3 Marketing Mix .....	11
2.2.3.1 Produk .....	12
2.2.3.2 Harga .....	13
2.2.3.3 Distribusi.....	14
2.2.3.4 Promosi.....	15
2.2.4 Segmentasi Pasar dan Target Pasar .....	16
2.2.4.1 Segmentasi Pasar .....	16
2.2.4.2 Target Pasar .....	17
2.2.5 Perilaku Konsumen .....	18
2.2.6 Teori-teori Perilaku Konsumen .....	19
2.2.6.1 Teori Ekonomi Mikro .....	20
2.2.6.2 Teori Psikologis .....	20
2.2.6.3 Teori sosiologis .....	21
2.2.6.4 Teori Antropologis .....	22

2.2.7	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.2.7.1	Faktor Ekstern .....	22
2.2.7.2	Faktor Intern .....	25
2.2.8	Proses Pembelian .....	28
2.2.8.1	Model Proses Pembelian Oleh Konsumen.....	29
2.2.8.2	Struktur Keputusan Membeli.....	29
2.2.8.3	Macam-macam Situasi Pembelian.....	31
2.2.8.4	Pengambilan Keputusan Membeli .....	32
2.3	Hipotesis .....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.1.1	Gambaran Umum Responden.....	35
3.1.2	Gambaran Umum Produk .....	38
3.2	Variabel Penelitian.....	41
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	41
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	43
3.4.1	Uji Kuesioner.....	43
3.4.1.1	Uji Validitas.....	43
3.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5.1	Jenis Data.....	44
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	45

3.6 Populasi dan Sampel.....	46
3.6.1 Pengertian Populasi dan Sampel.....	46
3.6.2 Teknik Pengambilan dan Penentuan Jumlah Sampel.....	46
3.7 Teknik Analisis .....	48
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	48

#### BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	53
4.2 Analisis Kualitatif .....	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Sepeda Motor Yamaha Nouvo dalam Hal Harga Jual, kualitas, desain, Suku cadang, dan praktis.....	62
4.3 Analisis Kuantitatif.....	67
4.3.1 Analisis Fishbein.....	67
4.3.1.1 Menentukan Tingkat Evaluasi (ei) Atribut -atribut Produk Sepeda Motor Yamaha Nouvo.....	67
4.3.2 Analisis Chi-Square.....	73
4.3.2.1 Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut Harga Purna Jual Berdasarkan Karakteristik Responden.....	75
4.3.2.2 Perbedaan Sikap Konsumen Pada Atribut	

Kualitas Berdasarkan Karakteristik Responden.....	77
4.3.2.3 Perbedaan Sikap Konsumen Pada Atribut	
Desain Berdasarkan Karakteristik Responden.....	81
4.3.2.4 Perbedaan Sikap Konsumen Pada Atribut	
Suku Cadang Berdasarkan Karakteristik Responden.....	84
4.3.2.5 Perbedaan Sikap Konsumen Pada Atribut	
Praktis Berdasarkan Karakteristik Responden.....	87
4.4 Strategi Pemasaran.....	90
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN.....	98



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Nouvo Spesifikasi.....	40
4.1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Sikap Konsumen Terhadap Sepeda Motor Yamaha Nouvo.....	56
4.2 Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
4.7 Sikap Konsumen Dalam Hal Harga Purna Jual.....	63
4.8 Penilaian Konsumen Dalam Hal Kualitas.....	64
4.9 Sikap Konsumen Dalam Hal Desain.....	65
4.10 Sikap Konsumen Dalam Hal Suku Cadang.....	65
4.11 Sikap Konsumen Dalam Hal Praktis.....	66
4.12 Tabel Jumlah Jawaban Berdasarkan Evaluasi.....	68
4.13 Hasil Perkalian Jumlah Jawaban Dengan Skor.....	68
4.14 Rata-rata Skor ei.....	69
4.15 Jumlah Jawaban Berdasarkan Keyakinan.....	69
4.16 Hasil Perkalian Skor Dengan Jawaban Keyakinan.....	70
4.17 Nilai Standard Rata-rata bi.....	70
4.18 Perhitungan Sikap Konsumen (ao).....	71

4.19 Menentukan Interval Skala Sikap.....	72
4.20 Hasil Uji Chi-Square pada Atribut Harga Purna Jual.....	75
4.21 Hasil Uji Chi-Square pada Atribut Kualitas.....	78
4.23 Hasil Uji Chi-Square pada Atribut Desain.....	81
4.24 Hasil Uji Chi-Square pada Atribut Suku Cadang.....	84
4.25 Hasil Uji Chi-Square pada Atribut Praktis.....	87

