

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	
2.2.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2.3. Konsep Pemasaran	10
2.2.4. Motivasi	
2.2.4.1 Pengertian Motivasi	11
2.2.4.2 Dinamika Proses Motivasi	13
2.2.4.3 Tujuan Motivasi Konsumen	15

2.2.4.4	Asas Motivasi	16
2.2.4.5	Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi	17
2.2.4.6	Hierarki Kebutuhan Maslow	18
2.2.4.7	Teori Motivasi dan Strategi Pemasaran	21
2.2.5	Perilaku Konsumen	
2.2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.2.5.2	Model Perilaku Konsumen	25
2.2.5.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
2.2.5.4	Teori Perilaku Konsumen	30
2.2.6	Motif Pembelian	
2.2.6.1	Pengertian Motif Pembelian	32
2.2.6.2	Jenis Motif Pembelian	34
2.2.7	Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Membeli	35
2.2.8	Proses Keputusan Pembelian	37
2.2.9	Struktur Keputusan Pemilihan Toko	40
2.2.10	Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	
3.1.1	Metode Pengumpulan Sampel	43
3.1.2	Metode Pengumpulan Data	45
3.1.3	Metode Analisis Data	
3.1.3.1	Analisis Deskriptif	46
3.1.3.2	Analisis Statistik	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Kualitatif	48
4.2	Analisis Diskriptif	51
4.3	Pengujian Hipotesis	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2.	Jumlah Responden Menurut Usia	49
Tabel 4.3.	Jumlah Responden Menurut Pengeluaran per Bulan	50
Tabel 4.4.	Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.5.	Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.6.	Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Pengeluaran	56
Tabel 4.7.	Pengujian Hipotesis Atribut Jenis Kelamin Terhadap Motivasi Dalam Membeli Aseesories Handphone	58
Tabel 4.8.	Pengujian Hipotesis Atribut Usia Terhadap Motivasi Dalam Membeli Aseesories Handphone	60
Tabel 4.9.	Pengujian Hipotesis Atribut Pengeluaran Terhadap Motivasi Dalam Membeli Aseesories Handphone	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Manfaat Yang Diharapkan	14
Gambar 2.2. Proses Motivasi	15
Gambar 2.3. Hirarki Kebutuhan Maslow	19
Gambar 2.4. Model Perilaku Pembelian	26
Gambar 2.5. Proses Keputusan Pembelian	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Kuisisioner
- Lampiran 3 Tabel Distribusi x^2

