

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
Abstrak.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Motto.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu	7
2.2	Landasan Teori.....	8
2.2.1	Pengertian Dan Definisi Pemasaran, Manajemen Pemasaran	8
2.2.2	Pengertian Dan Definisi Konsep Pemasaran.....	10
2.2.3	Tiga Unsur Pokok Konsep Pemasaran.....	10
2.2.4	Motivasi	12
2.2.4.1	Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi	14
2.2.4.2	Teori Motivasi	15
2.2.5	Tingkat Pengukuran Motivasi (Teknik Skala).....	23
2.2.6	Hubungan Antara Produk Dengan Karakteristik.....	25
2.3	Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	28
3.2	Variable Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sample.....	30
3.4	Metode Pengambilan Data.....	33
3.5	Metode Analisis Data.....	34

BAB IV ANALISA DATA

4.1	Analisis Kualitatif.....	38
4.1.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Gender.....	38

4.1.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.1.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pembelian.....	41
4.1.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Intensitas Pembelian...	42
4.1.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tempat Tinggal.....	43
4.2	Analisis Deskriptif.....	44
4.2.1	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Gender	44
4.2.2	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Usia	47
4.2.3	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.4	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Pendapatan	54
4.2.5	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Status Pembelian	58

4.2.6	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	60
4.2.7	Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Tempat Tinggal.....	64
4.3	Analisis Statistik.....	66
4.3.1	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Gender	68
4.3.2	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Usia	70
4.3.3	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Pekerjaan	73
4.3.4	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Pendapatan	77
4.3.5	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Status Pembelian.....	80
4.3.6	Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	82

4.3.7 Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan tempat Tinggal.....	85
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91



DAFTAR TABEL

Table	Halaman
4.1 Gender Responden.....	38
4.2 Usia Responden.....	39
4.3 Pekerjaan Responden.....	40
4.4 Pendapatan Responden.....	41
4.5 Status Pembelian Responden.....	41
4.6 Intensitas Pembelian Responden.....	42
4.7 Tempat Tinggal Responden.....	43
4.8 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Gender.....	45
4.9 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Usia.....	48
4.10 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.11 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.12 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Status Pembelian...	58
4.13 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Intensitas Pembelian	61
4.14 Analisa Motivasi Konsumen Berdasarkan Tempat Tinggal....	64
4.15 Perhitungan Fo Berdasarkan Gender.....	68
4.16 Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Gender.....	69
4.17 Perhitungan Fo Berdasarkan Usia.....	70
4.18 Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Usia.....	71
4.19 Perhitungan Fo Berdasarkan Pekerjaan.....	73
4.20 Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.21 Perhitungan Fo Berdasarkan Pendapatan.....	77

4.22	Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Pendapatan.....	78
4.23	Perhitungan Fo Berdasarkan Status Pembelian.....	80
4.24	Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Status Pembelian.....	81
4.25	Perhitungan Fo Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	82
4.26	Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Intensitas Pembelian...	83
4.27	Perhitungan Fo Berdasarkan Tempat Tinggal.....	85
4.28	Perhitungan Chi-Square Berdasarkan Tempat Tinggal.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Kuisisioner.....	92
Hasil Tabulasi Data Penelitian.....	95

