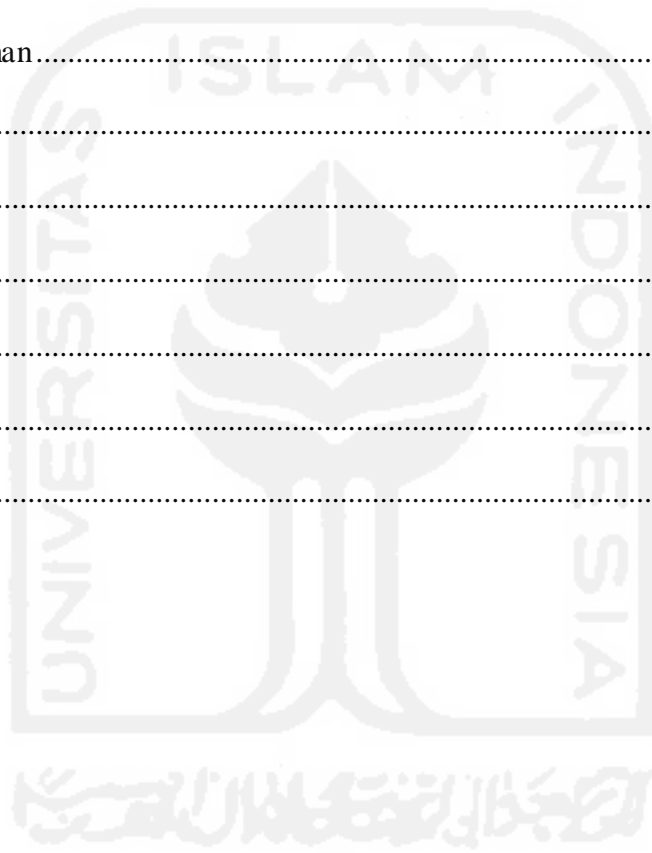


DAFTAR ISI

Halaman Sampel Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Pustaka.....	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.3.1 Konsep Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Peranan-peranan dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.4 Motivasi Konsumen.....	21
2.4.1 Teori Motivasi.....	22
2.4.2 Motivasi Rasional.....	27
2.4.3 Hubungan Motivasi Rasional terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.4 Motivasi Emosional.....	29
2.4.5 Hubungan Motivasi Emosional dengan Keputusan Pembelian.....	30
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....33

3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.2 Variabel Penelitian.....	33
3.2.1 Variabel Terikat.....	33

3.2.2	Variabel Bebas.....	34
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1	Metode Kuisisioner.....	35
3.4	Penentuan jumlah sampel.....	36
3.4.1	Penentuan Penarikan Sempel.....	37
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.5.1	Uji Validitas.....	38
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.6	Metode Analisis data.....	39
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2	Analisis Kuantitatif.....	39
3.6.3	Analisis Linear Berganda.....	40
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.5	Uji Multikolinearitas.....	41
3.6.6	Uji Heterokedastisitas.....	41
3.6.7	Uji Normalitas.....	42
3.6.8	Uji <i>Goodness of fit</i>	43
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan.....	46
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.3	Analisis Deskriptif.....	51
4.3.1	Profil Responden.....	51
4.3.2	Analisis Variabel Motivasi yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Vespa.....	57
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61

4.4.1 Interpretasi Persamaan Regresi.....	62
4.4.2 Uji F.....	63
4.4.3 Uji T.....	63
4.4.4 Analisis Korelasi Berganda.....	65
4.4.5 Koefisien Determinasi Berganda.....	65
4.4.6 Analisis Korelasi Parsial.....	66
4.4.7 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.4.7.1 Uji Multikolonieritas.....	67
4.4.7.2 Uji Heteroskedasitas.....	68
4.4.7.3 Uji Normalitas.....	69
4.5 Implikasi Dan Strategi.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	48
4.2 Hasil Uji Validitas 90 Responden.....	48
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.4 Jenis Kelamin Responden.....	50
4.5 Usia Responden.....	51
4.6 Pendidikan Terakhir Responden.....	51
4.7 Pekerjaan Responden.....	52
4.8 Penghasilan Responden.....	53
4.9 Lama Menggunakan.....	53
4.10 Jenis Sepeda Motor.....	54
4.11 Sumber Informasi.....	54
4.12 Penilaian Variabel Motivasi Rasional.....	56
4.13 Penilaian Variabel Motivasi Emosional.....	57
4.14 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	59
4.16 Uji Determinasi Parsial	64
4.17 Uji Multikolonieritas.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1 Model Keputusan Pembelian.....	16
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner.....	75
2. Data Penelitian.....	83
3. Validitas dan Realibilitas Motivasi Rasional Responden n=96.....	84
4. Validitas dan Realibilitas Motivasi Emosional Responden n=96.....	84
5. Validitas dan Realibilitas Keputusan Pembelian Responden n=96.....	85
6. Validitas dan Realibilitas Motivasi Rasional Responden n=30.....	86
7. Validitas dan Realibilitas Motivasi Emosional Responden n=30.....	87
8. Validitas dan Realibilitas Keputusan Pembelian Responden n=30.....	88
9. Analisis Regresi.....	89
10. Uji Multikolinieritas.....	90
11. Uji Heterokedasitas.....	90
12. Uji Normalitas.....	91
13. Frekuensi Responden.....	92