## DAFTAR ISI


Halaman Sampul Depan ..... i

Halaman Judul ..... ii

Halaman Bebas Plagiarisme ..... iii

Halaman Pengesahan Skripsi ..... iv

Halaman PengesahanUjian Skripsi ..... v

Abstrak..... vi

Kata Pengantar ..... vii

Daftar Isi ..... ix

Daftar Tabel ..... xiii

Halaman Persembahan..... xiv

Halaman Motto..... xv

Bab I. PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar belakang masalah..... 1

1.2. Rumusan Masalah..... 4

1.3. Batasan Masalah..... 4

1.4. Tujuan Penelitian..... 5

1.5. Manfaat Penelitian..... 5

Bab II. LANDASAN TEORI..... 6

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu..... 6

2.2. Landasan Teori..... 7

2.2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran..... 7

2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran..... 10

2.3. Konsep Pemasaran..... 10

2.4. Perilaku Konsumen..... 11

2.4.1. Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen..... 12

2.4.1.1. Faktor Budaya..... 12

2.4.1.2. Faktor Sosial..... 13

2.4.1.3. Faktor Pribadi..... 14

2.4.1.4. Faktor Psikologis..... 14

2.5. Tahap Tahap Proses Keputusan Pembelian..... 16

2.5.1. Pengenalan Masalah..... 16

2.5.2. Pencarian Informasi..... 16

2.5.3. Evaluasi alternatif..... 16

2.5.4. Keputusan pembelian..... 17

2.5.5. Perilaku Pasca Pembelian..... 17

2.6. Motivasi..... 17

2.6.1 Penggolongan Motivasi..... 19

2.6.2. Konsep Motif dan Motivasi..... 20

2.6.3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi..... 21

2.6.4. Macam – macam Motivasi Dalam Pembelian..... 22

2.7. Teori Motivasi..... 23

2.8. Hipotesis..... 26

Bab III. METODE PENELITIAN..... 27

3.1. Data dan Teknik Pengumpulan Data..... 27

3.1.1.Teknik Pengumpulan Data..... 27

3.1.2. Data yang diperlukan..... 28

3.2. Populasi dan Sampel..... 28

3.2.1. Metode Penentuan Sampel..... 29

3.3. Variabel penelitian..... 30

3.3.1. Independent Variabel..... 30

3.3.2. Dependent Variabel..... 30

3.3.3. Variabel Motivasi yang dipergunakan dalam penelitian..... 30

3.3.4. Keputusan Pembelian..... 32

3.4. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen..... 33

3.5. Metode Analisis Data..... 34

3.6. Regresi Linier Berganda..... 35

Bab IV. ANALISIS DATA..... 40.

4.1. Pengujian Instrumen Penelitian..... 40

4.1.1. Hasil uji Validitas..... 42

4.1.2. Uji kehandalan penelitian ( Reliability Test ) ..... 43

4.2. Analisis Kualitatif..... 45

4.2.1. Karakteristik Responden..... 45

4.2.2. Motivasi Konsumen Pada Atribut Sepeda
Motor Honda Tiger 2000 dalam Hal Harga,
Kualitas, Layanan purna jual, Model dan Harga diri..... 50
4.3. Analisis Kuantitatif..... 55
4.3.1. Hasil Regresi Linear Berganda ..... 56
4.3.2. Analisis Korelasi Berganda..... 58
4.3.3. Analisis Korelasi Parsial..... 60
Bab V. KESIMPULAN DAN SARAN ..... 67
5.1. Kesimpulan..... 67
5.2. Saran..... 69
Daftar Pustaka..... 70
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel

4.1 Hasil Uji Validitas ..... 41

4.2 Uji Kehandalan Instrumen Penelitian ( Reliability Test ) ..... 43

4.3 Klasifikasi responden berdasarkan Umur..... 45

4.4 Klasifikasi responden berdasarkan Pendidikan ..... 46

4.5 Klasifikasi responden berdasarkan Jenis Pekerjaan ..... 47

4.6 Klasifikasi responden berdasarkan Tingkat Penghasilan ..... 48

4.7 Urutan Pertimbangan dalam memilih Sepeda Motor Honda Tiger 2000 ..... 49

4.8 Motivasi Konsumen pada Atribut Harga ..... 51

4.9 Motivasi Konsumen pada Atribut Kualitas ..... 51

4.10 Motivasi Konsumen pada Atribut Layanan Purna Jual ..... 52

4.11 Motivasi Konsumen pada Atribut Model / Bentuk ..... 53

4.12 Motivasi Konsumen pada Atribut Harga Diri ..... 54

4.13 Motivasi Konsumen pada Atribut Keputusan Pembelian ..... 55

4.14 Estimasi Regresi Linier Berganda..... 56

4.15 Koefisien Korelasi Parsial..... 61