

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL -----	i
HALAMAN PENGESAHAN -----	ii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN -----	iii
HALAMAN MOTTO -----	iv
PERSEMBAHAN -----	v
ABSTRAK -----	vi
KATA PENGANTAR -----	vii
DAFTAR ISI -----	x
DAFTAR TABEL -----	xiv
DAFTAR GAMBAR -----	xv
BAB I. PENDAHULUAN -----	1
A. Latar Belakang -----	1
B.- Rumusan Masalah -----	15
C.- Tujuan dan Manfaat Penelitian -----	16
1. Tujuan Penelitian -----	16
2. Manfaat Penelitian -----	16
D. Landasan Teori -----	17
1. Perilaku Konsumen -----	17
a) Model Perilaku Konsumen -----	18
b) Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen -----	20
2. Keputusan Pembelian -----	28
a) Proses Keputusan Pembelian -----	29
b) Perilaku Pembelian Konsumen -----	33
3. Pemasaran -----	34
a) Definisi Pemasaran -----	34
b) Bauran Pemasaran (Marketing Mix) -----	35
4. Produk -----	36
a) Atribut Produk -----	37
b) Manfaat Atribut Produk -----	38
c) Perngertian dan Dimensi Kualitas Produk -----	39
1. Definisi Kualitas Produk -----	39
2. Dimensi Kualitas Produk -----	41
5. Merek -----	43
a) Definisi Citra Merek -----	44
b) Komponen Citra Merek -----	46
6. Harga -----	46

a) Metode Penetapan Harga -----	47
b) Tujuan Penetapan Harga-----	48
E.- Pengaruh Antara Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian -----	49
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian -----	49
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian -----	50
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian -----	51
F. - Penelitian Terdahulu -----	53
G. Kerangka Pemikiran-----	59
H. Definisi Konsep dan Operasional -----	61
1. Definisi Konsep -----	61
2. Definisi Operasional -----	62
I.-- Hipotesis -----	64
J. - Metode Penelitian-----	65
1. Tipe Penelitian-----	65
2. Ruang Lingkup Penelitian -----	66
3. Lokasi Penelitian -----	66
4. Populasi dan Sampel-----	67
5. Jenis Data dan Sumber Data-----	69
6. Teknik Pengumpulan Data-----	69
7. Skala Pengukuran -----	70
8. Uji Validitas dan Uji Reliabelitas Instrument-----	70
a) Uji Validitas -----	70
b) Uji Reliabilitas -----	71
9. Uji Asumsi Klasik-----	72
a) Uji Normalitas-----	73
b) Uji Multikolinearitas -----	73
c) Uji Heteroskedisitas -----	74
10. Teknik Analisis Data -----	74
a) Analisis Statistik Deskriptif-----	75
b) Analisis Inferensial -----	75
➤ Regresi Linear Berganda-----	75
11. Uji Hipotesis -----	76
a) Uji F (Simultan)-----	76
b) Uji t (Parsial) -----	77
c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )-----	78
 BAB II SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN-----	 79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian -----	79

B.- Produk-Produk Toyota -----	86
C.- Visi Misi Perusahaan -----	90
a) Visi dan Misi PT. Nasmoco Bahtera Motor -----	90
b) Catur Marga PT. Nasmoco Bahtera Motor -----	91
D. Bidang Usaha -----	91
E.- Profil Perusahaan -----	93
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN -----	94
A.- Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas -----	94
1. Uji Validitas -----	94
2. Uji Reliabelitas -----	96
B.- Karakteristik Pembeli -----	97
C.- Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian -----	102
1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk -----	103
2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek -----	113
3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga -----	117
4. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian -----	121
D. Uji Asumsi Klasik -----	126
1. Uji Normalitas -----	126
2. Uji Multikolinieritas -----	127
3. Uji Heteroskedastisitas -----	128
E.- Analisis Statistik Inferensial -----	129
➤ Hasil Uji Regresi Linear Berganda -----	129
F.- Uji Hipotesis -----	131
1. Uji F (Simultan) -----	131
2. Uji t (Parsial) -----	132
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) -----	133
G. Pembahasan -----	134
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN -----	140
A. Kesimpulan -----	140
B.- Saran -----	140

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil MPV terlaris bulan Januari-November Tahun 2015 -----	4
Tabel 1.2 Merek-Merek terkenal kategori LMPV Top Brand Index Tahun 2013-2015 -----	8
Tabel 1.3 Daftar Harga dan Spesifikasi Mobil MPV terlaris di Indonesia ----	10
Tabel 1.4 Data Penjualan Avanza di Nasmoco Bahtera Motor Tahun 2012-2015 -----	14
Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu -----	57
Tabel 2.1 Produk-Produk yang di Pasarkan Toyota -----	87
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian-----	95
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabelitas Instrumen Penelitian-----	96
Tabel 3.3 Persentase Pembeli Berdasarkan Jenis Klamin-----	98
Tabel 3.4 Persentase Pembeli Berdasarkan Usia -----	99
Tabel 3.5 Persentase Pembeli Berdasarkan Pendidikan -----	100
Tabel 3.6 Persentase Pembeli Berdasarkan Pendapatan-----	101
Tabel 3.7 Persentase Pembeli Berdasarkan Pekerjaan-----	101
Tabel 3.8 Toyota Avanza Merupakan Kendaraan yang handal di segala medan jalan-----	104
Tabel 3.9 Toyota Avanza mempunyai dayatahan mesin yang baik -----	104
Tabel 3.10 Toyota Avanza jarang mengalami kerusakan yang parah -----	105
Tabel 3.11 Desain Intrior Toyota Avanza menarik, sehingga menambah nilaiBagi pemilik -----	106
Tabel 3.12 Desain Eksterior Toyota Avanza terlihat elegan, sehingga menambah percaya diri bagi yang mengendarainya -----	106
Tabel 3.13 Toyota Avanza sempurna/ bebas dari cacat -----	107
Tabel 3.14 Toyota mudah diperbaiki/ perawatannya -----	108
Tabel 3.15 Toyota irit BBM-----	108
Tabel 3.16 Toyota Avanza nyaman/ lembut saat dikendarai -----	109
Tabel 3.17 Toyota Avanza memiliki Body Balance yang baik -----	110
Tabel 3.18 Toyota Avanza memiliki plat body yang kuat/ kokoh -----	111
Tabel 3.19 Toyota Avanza selalu membenahi fiturnya sesuai dengan Trand -----	111
Tabel 3.20 Toyota Avanza cukup kuat/ sangat bandel dengan system Injeksi -----	112
Tabel 3.21 Merek Mobil Toyota Avanza memiliki motifasi sebagai kendaraan keluarga yang baik -----	113

Tabel 3.22 Merek Mobil Toyota Avanza mudah dikenali/ mudah diingat ----	114
Tabel 3.23 Mobil Toyota Avanza memiliki reputasi yang baik dipasaran ----	115
Tabel 3.24 Mobil Toyota Avanza memberikan perhatian terbaik pada kebutuhan/ keinginan konsumen -----	115
Tabel 3.25 Mobil Toyota Avanza cocok untuk kebutuhan kendaraan Operasional-----	116
Tabel 3.26 Harga Toyota Avanza sudah sesuai dengan kinerja/ manfaat yang saya rasakan -----	117
Tabel 3.27 Harga Toyota Avanza sudah sesuai dengan spesifikasi -----	118
Tabel 3.28 Harga Toyota Avanza bersaing dengan merek lain -----	119
Tabel 3.29 Toyota Avanza sering melakukan potongan harga diskon (cash back)pada setiap pembelian produknya-----	119
Tabel 3.30 Harga Toyota Avanza terjangkau/ sesuai dengan daya beli Masyarakat -----	120
Tabel 3.31 Saya membeli Toyota Avanza karena kualitas mesin yang baik/ Terpercaya-----	121
Tabel 3.32 Saya memutuskan membeli Toyota Avanza karena memiliki fitur yang lengkap, sehingga menarik perhatian -----	122
Tabel 3.33 Saya memutuskan membeli Toyota Avanza karena tempat service resmi Toyota tersebar di seluruh Indonesia -----	123
Tabel 3.34 Saya memutuskan membeli Toyota Avanza karena rekomendasi dari teman/ keluarga -----	124
Tabel 3.35 Saya memutuskan membeli Toyota Avanza karena sesuai dengan fitur/ kualitasnya -----	125
Tabel 3.36 Saya memutuskan membeli Toyota Avanza karena di pengaruhi oleh sales yang menjelaskan tentang produk -----	125
Tabel 3.37 one simple kolmogorov smirnov -----	127
Tabel 3.38 Uji Multikolinieritas -----	127
Tabel 3.39 Uji Regrsi Linear Berganda-----	130
Tabel 3.40 Hasil Uji F (Simultan) -----	131
Tabel 3.41 Hasil Uji t ( Parsial)-----	132
Tabel 3.42 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) -----	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Perilaku Pembelian-----	19
Gambar 1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen -----	20
Gambar 1.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen Lima Tahap -----	30
Gambar 1.4 Bauran Pemasaran (Marketing mix) -----	36
Gambar 1.5 Kerangka pemikiran -----	60
Gambar 1.6 Model Hipotesis-----	65
Gambar 2.1 All New Toyota Avanza -----	85
Gambar 3.1 Uji Heteroskedasitas -----	128