

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Tinjauan Empiris	7
1.5.2 Tinjauan Teoritis	15
1.5.2.1 Keputusan Pembelian	15
1.5.2.2 Perilaku Konsumen.....	20
1.5.2.3 Pemasaran	27
1.5.2.4 Bauran Pemasaran.....	27
1.5.2.4.1 Produk	29
1.5.2.4.1 Harga.....	40

1.5.2.4.3	Lokasi.....	45
1.5.2.4.4	Promosi	47
1.6	Kerangka Berfikir	53
1.7	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	55
1.7.1	Definisi Konsep.....	55
1.7.2	Definisi Operasional.....	56
1.7.2.1	Keputusan Pembelian	56
1.7.2.2	Produk	56
1.7.2.3	Harga.....	57
1.7.2.4	Promosi	58
1.7.2.5	Lokasi.....	59
1.8	Metode Penelitian	60
1.8.1	Tipe Penelitian.....	60
1.8.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	60
1.8.3	Lokasi Penelitian	60
1.8.4	Jenis dan Sumber Data	61
1.8.5	Teknik Pengumpulan Data	61
1.8.6	Populasi dan Sampel	62
1.8.6.1	Populasi.....	62
1.8.6.2	Sampel	62
1.8.7	Teknik Sampling	63
1.8.8	Uji Instrumen.....	64
1.9.9	Teknik Analisis Data.....	65
1.9.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	65
1.9.9.2	Analisis Statistik Inferensial	66
 BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....		75
2.1	Sejarah Perusahaan	75
2.2	Visi dan Misi.....	76
2.2.1	Visi PT. Yamaha Indonesia Manufaktur.....	76

2.2.2 Misi PT. Yamaha Indonesia Manufaktur	77
2.3 Logo Perusahaan	77
2.5 Struktur Organisasi	78
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	79
3.1 Karakteristik Responden	79
3.1.1 Usia Responden	81
3.1.2 Jenis Kelamin Responden	81
3.1.3 Pendidikan Responden	82
3.1.4 Pekerjaan Responden	83
3.1.5 Pengeluaran Perbulan Responden	84
3.2 Uji Cochran Q Test	84
3.3 Uji Instrumen	92
3.3.1 Uji Validitas	92
3.3.2 Uji Reabilitas	93
<u>3.4 Analisis Statistik Deskriptif</u>	94
3.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk	96
3.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga	102
3.4.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	104
3.4.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	108
3.5 Analisis Faktor	115
3.5.1 Menentukan variabel yang akan di analisa	115
3.5.2 membuat Matriks Korelasi	116
3.5.3 Penentuan Jumlah Faktor	122
3.5.4 Rotasi Faktor	123
3.5.5 Interpretasi Faktor	125
3.5.6 Ketetapan Model	126
3.5.7 Penamaan Faktor	127
3.6 Pembahasan	128

BAB IV PENUTUP	130
4.1 Kesimpulan	130
4.2 Saran.....	131
Daftar Pustaka	134
Lampiran	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Perbandingan Penjualan Motor Yamaha V-IXION 125cc dengan Honda CBR Tahun 2017.....	1
Gambar 1.2	Model perilaku Konsumen.....	18
Gambar 1.3	Model lima Tahap Pembelian Keputusan.....	20
Gambar 1.4	Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 2.3	Logo dan Tagline Yamaha Indonesia.....	77
Gambar 2.4	Struktur Organisasi PT. Yamaha Indonesia.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Top Brand Award di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 1.3 Model Skala Likert.....	61
Tabel 1.4 Kriteria Alpha Cronbach.....	64
Tabel 1.5 Ukuran Ketepatan Kaiser-Mayer-Olkin	72
Tabel 3.1 Tabel Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 3.2 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 3.3 Tabel Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	82
Tabel 3.4 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 3.5 Tabel Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	84
Tabel 3.6 Tahap Pertama Uji Cochran.....	86
Tabel 3.7 Hasil Uji Cochran Tahap 1	86
Tabel 3.8 Tahap Kedua Uji Cochran.....	87
Tabel 3.9 Hasil uji Cochran Tahap 2	87
Tabel 3.10 Tahap Ketiga Uji Cochran	89
Tabel 3.11 Hasil Uji Cochran Tahap 3.....	90
Tabel 3.12 Tahap Keempat Uji Cochran.....	91
Tabel 3.13 Hasil Uji Cochran Tahap 4.....	90
Tabel 3.14 Tahap kelima Uji Cochran	91
Tabel 3.15 Hasil Uji Cochran Tahap 5.....	92
Tabel 3.16 Hasil Uji Validitas.....	93
Tabel 3.17 Hasil Uji Reabilitas	94
Tabel 3.18 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	95
Tabel 3.19 Tanggapan Responden tentang Variabel Macam produk	96

Tabel 3.20 Tanggapan Responden tentang Variabel Kualitas Produk.....	97
Tabel 3.21 Tanggapan Responden tentang Variabel Fitur Produk	98
Tabel 3.22 Tanggapan Responden tentang Variabel Gaya dan Desain	99
Tabel 3.23 Tanggapan Responden tentang Variabel Merek	100
Tabel 3.24 Tanggapan Responden tentang Variabel Kemasan.....	100
Tabel 3.25 Tanggapan Responden tentang Variabel Jaminan	101
Tabel 3.26 Tanggapan Responden tentang Variabel Daftar Harga.....	102
Tabel 3.27 Tanggapan Responden tentang Variabel Diskon	103
Tabel 3.28 Tanggapan Responden tentang Variabel Kredit	104
Tabel 3.29 Tanggapan Responden tentang Variabel Lokasi.....	105
Tabel 3.30 Tanggapan Responden tentang Variabel Saluran Pemasaran	105
Tabel 3.31 Tanggapan Responden tentang Variabel Cakupan Pasar.....	106
Tabel 3.32 Tanggapan Responden tentang Variabel Persediaan	107
Tabel 3.33 Tanggapan Responden tentang Variabel Transportasi.....	108
Tabel 3.34 Tanggapan Responden tentang Variabel Periklanan.....	109
Tabel 3.35 Tanggapan Responden tentang Variabel Promosi Penjualan.....	110
Tabel 3.36 Tanggapan Responden tentang Variabel Penjualan Perseorangan	110
Tabel 3.37 Tanggapan Responden tentang Variabel Publisitas	111
Tabel 3.38 Tanggapan Responden tentang Variabel Tenaga Penjualan	112
Tabel 3.39 Rata-rata Item Pernyataan.....	113
Tabel 3.40 Tabel KMO dan Bartlett's Test.....	117
Tabel 3.41 Tabel MSA.....	119
Tabel 3.42 Tabel Komunalitas	120
Tabel 3.43 Tabel <i>Total Variance Explaine</i>	123
Tabel 3.44 <i>Rotated Component Matrix</i>	124
Tabel 3.45 <i>Component Transformation Matrix</i>	126

