

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.	7
1.5 Kerangka Pikir dan Hipotesis	8
1.5.1 Kerangka Pikir	8
1.5.2 Studi Empiris	14

1.5.3 Hipotesis	16
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran	19
2.2 Pemasaran	24
2.2.1 Pengertian Harga.....	24
2.2.2 Penetapan Harga	26
2.2.2 Dimensi Harga	28
2.3 Promosi	29
2.3.1 Pengertian Promosi	29
2.3.2 Dimensi Promosi.....	31
2.4 Minat Beli	32
2.4.1 Pengertian Minat Beli	32
2.4.2 Perilaku Konsumen.....	34
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	35
2.4.4 Model Perilaku Konsumen	40
2.4.5 Dimensi Minat Beli.....	40

BAB III DATA DAN METODE PENELITIAN

3.1 Data Penelitian	44
3.1.1 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian.....	44
3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	44

3.1.3 Struktur Organisasi	46
3.2 Metode Penelitian	50
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	51
3.3.1 Operasionalisasi Variabel	51
3.4 Sumber dan Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	54
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Teknik Penentuan Data	56
3.5.1 Populasi.....	56
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.3 Teknik Pengolahan Data	58
3.5.4 MSI (<i>Method Successive Interval</i>).....	59
3.5.5 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Normalitas	61
3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	63
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.6.2 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	65
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	67
3.6.4 Uji Hipotesis	68
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Umum Responden.....	72
4.2 Deskripsi Harga pada PT Daya Adicipta Motora Bandung.....	74

4.2.1 Daftar Harga	74
4.2.2 Diskon.....	76
4.2.3 Potongan Harga.....	78
4.2.4 Periode Pembayaran	79
4.3 Deskripsi Strategi Promosi pada PT Daya Adicipta Motora Bandung	83
4.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	83
4.3.2 Penjualan Perseorangan	85
4.3.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	87
4.3.4 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	88
4.3.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	90
4.4 Deskripsi Minat Beli pada PT Daya Adicipta Motora Bandung	94
4.4.1 <i>Features</i> (Fitur).....	94
4.3.2 <i>Reliability</i> (Reliabilitas).....	96
4.3.3 <i>Esthetics</i> (Keindahan).....	98
4.3.4 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	99
4.5 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Uji Asumsi Klasik	102
4.5.1 Uji Validitas	102
4.5.2 Uji Reliabilitas	104
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	105
4.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	108
4.5.5 Analisis Koefisien Korelasi	110

4.5.6 Analisis Koefisien Determinasi	111
--	-----

4.5.7 Uji Hipotesis	112
---------------------------	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	115
----------------------	-----

5.2 Saran	115
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia 2007-2017.....	1
Tabel 1.2	Data penjualan Sepeda Motor PT Daya Adicipta Motora 2015-20172	
Tabel 1.3	Daftar Harga.....	3
Tabel 1.4	Strategi Promosi dengan Media Voucher Diskon Uang Muka.....	5
Tabel 1.5	Variabel Minat Beli.....	12
Tabel 1.6	Studi Empiris	14
Tabel 2.1	Variabel Minat Beli.....	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52

Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4.2	Usia Responden	72
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	73
Tabel 4.4	Penyediaan Brosur	74
Tabel 4.5	<i>Price Checker</i> pada <i>Website</i>	75
Tabel 4.6	Diskon pada <i>Event</i>	76
Tabel 4.7	Diskon Pembelian untuk Jumlah Tertentu	77
Tabel 4.8	Potongan Harga untuk Konsumen Prioritas.....	78
Tabel 4.9	Potongan Harga untuk Pembelian <i>Cash</i>	79
Tabel 4.10	Sistem Kredit	80
Tabel 4.11	Sistem DP.....	80
Tabel 4.12	Jumlah Skor Variabel Harga.....	81
Tabel 4.13	<i>Website</i> Penjualan	83
Tabel 4.14	Spanduk/ <i>Banner</i>	84
Tabel 4.15	<i>Sales</i> Rumahan.....	85
Tabel 4.16	SPG/SPB Penjualan	86
Tabel 4.17	Pemberian <i>Cashback</i>	87
Tabel 4.18	Program Pembebasan DP.....	88
Tabel 4.19	<i>Customer Care</i>	89
Tabel 4.20	Pelaksanaan gathering pengguna honda	89
Tabel 4.21	Pameran Penjualan.....	90
Tabel 4.22	Penjualan di <i>Showroom</i>	91

Tabel 4.23	Jumlah Skor Variabel Strategi Promosi	92
Tabel 4.24	Penambahan Fitur	94
Tabel 4.25	Penjualan Produk Terbaru.....	95
Tabel 4.26	Kepercayaan Konsumen	96
Tabel 4.27	Kualitas Produk dan Perusahaan.....	97
Tabel 4.28	Keindahan Desain Produk.....	98
Tabel 4.29	Kenyamanan Lokasi Penjualan	99
Tabel 4.30	Citra Perusahaan	99
Tabel 4.31	Citra Produk yang Dijual	100
Tabel 4.32	Jumlah Skor Variabel Minat Beli	101
Tabel 4.33	Hasil Uji Validitas.....	103
Tabel 4.34	Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.35	Hasil Uji Normalitas	106

Tabel 4.36	Hasil Uji Heteroskedastisitas	107
Tabel 4.37	Hasil Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.38	Hasil Uji Asumsi Non-Autokorelasi	108
Tabel 4.39	Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.....	109
Tabel 4.40	Interpretasi Koefisien Korelasi	110
Tabel 4.41	Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	110
Tabel 4.42	Interpretasi Koefisien Determinasi	111
Tabel 4.43	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	113
Tabel 4.44	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Paradigma Penelitian	13
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	40
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT Daya Adicipta Motora Bandung	46
Gambar 4.1	Kategori Variabel Harga	82
Gambar 4.2	Kategori Variabel Strategi Promosi	93
Gambar 4.3	Kategori Variabel Minat Beli.....	102
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas	106

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel r Product Moment
- Lampiran 3 Tabel t
- Lampiran 4 Tabel Nilai F 0,05
- Lampiran 5 Tabulasi Data dan Transfomasi Data
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linier Berganda