

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.1. Faktor-faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10

2.2. Pengertian Motivasi.....	14
2.3. Pengertian Sikap Konsumen.....	14
2.4. Pengertian Persepsi Kualitas.....	17
2.5. Pengertian Keputusan Konsumen.....	22
2.5.1. Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan.....	23
2.5.2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Pemecahan Masalah	24
2.6. Penelitian Terdahulu.....	26
2.7. Hubungan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.8. Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.9. Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.10. Kerangka Pemikiran	31
2.11. Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Lokasi Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.4. Jenis Dan Sumber Data	35
3.5. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	36

3.5.1. Definisi Operasional	36
3.5.2. Pengukuran Variabel	38
3.6. Metode Pengumpulan Data	39
3.7. Uji Asumsi Klasik Dan Uji Hipotesis	40
3.7.1. Uji Kelayakan Instrumen	40
1). Uji Validitas	40
2). Uji Reliabilitas	41
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	41
1). Uji Normalitas	41
2). Uji Linearitas	42
3). Uji Multikolonieritas	42
4). Uji Heteroskedastisitas	43
3.8. Regresi berganda.....	43
3.8.1. Analisis Regresi Berganda	43
3.9. Goodness of Fit Models	45
3.9.1. Uji Simultan (Uji Statistik F)	45
3.9.2. Koefisien Determinasi (R_2)	45
4.0. Uji Parsial (Uji t).....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
4.2. Gambaran Umum Responden	47
4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	47

4.2.2. Berdasarkan Usia	48
4.2.3. Berdasarkan Semester	48
4.2.4. Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.5. Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	49
4.2.6. Berdasarkan lama penggunaan	50
4.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	50
4.4. Analisis Deskriptif	52
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Motivasi Konsumen	54
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Sikap Konsumen	56
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Persepsi Kualitas	58
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Keputusan Pembelian	59
4.5. Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1. Uji Normalitas	61
4.5.2. Uji Linearitas	62
4.5.3. Uji Multikolinieritas	64
4.5.4. Uji Heteroskedastisitas	65

4.6. Regresi Linear Berganda	66
4.6.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.7. Goodness Of Fit Models	68
4.7.1. Uji Simultan (Uji Statistik F)	68
4.7.2. Uji Koefisien Determinasi (R_2)	69
4.8. Uji Hipotesis (Uji Statistik t)	70
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.9.1. Hipotesis Pertama (H_1): Motivasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat.....	73
4.9.2. Hipotesis Kedua (H_2): Sikap Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat	75
4.9.3. Hipotesis Ketiga (H_3): Persepsi Kualitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat	76
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan	80
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Mendatang	82
DAFTAR PUSTAKA	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	83