

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Hipotesis	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	21
2.2 Bauran Pemasaran	22
2.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	23
2.4 Produk	26
2.5 Tingkatan Produk.....	27

2.6	Klasifikasi Produk.....	28
2.7	Atribut Produk	31
2.7.1	Definisi Atribut Produk	31
2.7.2	Komponen Atribut Produk	32
2.8	Perilaku Konsumen.....	39
2.8.1	Faktor Perilaku Pembelian Konsumen	41
2.8.2	Jenis Keputusan Pembelian.....	44
2.8.3	Strategi Atribut Produk	32
2.9	Definisi Keputusan Pembelian	45
2.9.1	Proses Keputusan Pembelian	46
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	50
3.1.1	Sejarah Honda.....	50
3.1.2	Struktur Organisasi	52
3.1.3	Produk Perusahaan	56
3.2	Metode Penelitian	57
3.2.1	Data, Jenis Data, dan Sumber Data	58
3.2.2	Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel	59
3.2.3	Variabel dan Tabel Operasional Variabel	60
3.2.4	Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner	64

3.3	Metode Analisis Data	67
3.4	Transformasi Data	68
3.5	Pengujian Hipotesis	69
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Pelaksanaan Atribut Produk Honda Tiger di Bandung.....	72
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Atribut Produk Honda Tiger di Bandung.....	78
4.2.1	Karakteristik Umum Responden	78
4.2.2	Tanggapan Responden	72
4.2.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen Honda Tiger di Bandung.....	81
4.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen Honda Tiger di Bandung.....	95
4.4	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Tiger di Bandung.....	99
4.5	Pengujian Hipotesis	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Kategori Otomotif (dalam persen) Tahun 2010-2011..	4
Tabel 1.2	Data Penjualan.....	5
Tabel 1.3	Data Penjualan. Honda Tiger.....	5
Tabel 1.4	Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3.1	Operasional Variabel	62
Tabel 3.2	Gradasi Skala Likert	66
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.4	Rentang Klasifikasi Variabel	81
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Produk motor Honda Tiger Nyaman dipakai untuk transportasi.....	82
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Produk Honda Tiger Memiliki Mesin Awet.....	83
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Produk Honda Tiger Memiliki Masa Pakai selama 10 tahun lebih.....	83
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Mutu Sesuai standar SNI.....	84
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Produk motor Honda Tiger Memiliki Desain Yang Kokoh.....	85

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Citra dan Reputasi Merek Yang Baik.....	86
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Body Yang Beda Dari Produk Motor Lain.....	87
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Gaya Yang Sporty.....	88
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Desain Streaping Yang Baik.....	89
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Merek Yang Terkenal.....	90
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Onderdil Motor Yang Mudah Didapatkan.....	91
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Produk Motor Honda Tiger Memiliki Service Purna Jual Yang Bagus.....	91
Tabel 4.17	Total Pembobotan Variabel Atribut Produk	93
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Membeli Produk Honda Tiger Karena Lebih Unggul Dibandingkan Produk Lain.....	95
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Membeli Produk Honda Tiger Karena Merek Sudah Terkenal.....	96
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Membeli Produk Honda Tiger Langsung Dari Daeler Resmi.....	96

Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Membeli Produk Honda Tiger Dengan Cara Kredit.....	98
Tabel 4.22	Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.23	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	99
Tabel 4.24	Kefisien Regresi	100
Tabel 4.25	Uji t hitung Variabel Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Grand Theory</i>	18
Gambar 1.2	Paradigma Penelitian	19
Gambar 2.1	Bauran Pemasaran	24
Gambar 2.2	Lima Tingkatan Produk	27
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen	40
Gambar 2.4	Maslow's Hierrarchy of Needs	43
Gambar 2.5	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	49
Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	54
Gambar 3.2	Contoh Produk <i>motor sport</i>	56
Gambar 3.3	Contoh Produk <i>motor bebek</i>	56
Gambar 3.4	Contoh Produk <i>motor matic</i>	57
Gambar 4.1	Kualitas Produk.....	72
Gambar 4.2	Daya Tahan.....	73
Gambar 4.3	Kesesuaian Produk.....	74
Gambar 4.4	Estetika.....	75
Gambar 4.5	Fitur Produk.....	76
Gambar 4.6	Gaya dan Desain.....	76