

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Definisi Manajemen Pemasaran	13
2. Definisi Perilaku Konsumen	17
3. Minat Beli	25
a. Pengertian Minat Beli	25
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli	25
c. Tahap-tahap Minat Beli	26
d. Dimensi dan Indikator Minat Beli	27
4. Kualitas Produk	28
a. Pengertian Kualitas Produk	28
b. Klasifikasi Produk	30
c. Tingkatan Produk	31
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	32

e. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	36
5. Promosi	38
a. Pengertian Promosi	38
b. Tujuan Promosi.....	39
c. Bauran Promosi.....	40
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Bauran Promosi.....	41
e. Dimensi dan Indikator Promosi	44
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Hubungan Antar Variabel	49
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	49
2. Hubungan Promosi dengan Minat Beli	49
D. Rerangka Konseptual	50
E. Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Waktu dan Tempat Penelitian	52
B. Desain Penelitian.....	52
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	53
D. Skala Pengukuran Variabel.....	56
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
F. Metode Pengumpulan Data.....	59
G. Metode Analisis Data.....	59
1. Statistik Deskriptif	60
2. Uji Kualitas Data.....	60
a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	61
3. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Multikolinieritas.....	63
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
5. Uji Hipotesis.....	65

a.	Koefisien Determinasi (R^2).....	65
b.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	65
c.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
1.	Sejarah Umum Objek Penelitian	69
2.	Visi dan Misi PT Toyota Astra Motor.....	70
B.	Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	71
1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	72
3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	74
C.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	74
1.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	75
2.	Deskripsi Variabel Promosi.....	77
3.	Deskripsi Variabel Minat Beli	79
D.	Hasil Uji Kualitas Data	80
1.	Hasil Uji Validitas	80
2.	Hasil Uji Reliabilitas	83
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
1.	Hasil Uji Normalitas.....	84
2.	Hasil Uji Multikolonieritas.....	87
3.	Hasil Uji Heterokedastisitas	88
F.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	90
G.	Hasil Uji Hipotesis	91
1.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
2.	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	92
3.	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	95
H.	Pembahasan Hasil Penelitian	97
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	97
2.	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	98

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	100
A. Simpulan	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106

