DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN …….. i
LEMBAR PENGESAHAN …….. ii
MOTTO …….. iii
ABSTRAK …….. iv
KATA PENGANTAR ……... v
DAFTAR ISI …….. viii
DAFTAR GAMBAR ……...…….. xi
DAFTAR TABEL ……..…… xii
DAFTAR LAMPIRAN ……. xii

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian ……..... 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ……. 5
1.2.1 Identifikasi Masalah …… 5
1.2.2 Rumusan Masalah …….…….. 6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian ……...…….…… 6
1.3.1 Maksud Penelitian ……...…… 6
1.3.2 Tujuan Penelitian ……...…….. 6
1.4 Kegunaan Penelitian ……...……. 7
1.4.1 Kegunaan Akademis ……...……. 7
1.4.2 Kegunaan Praktis ……. 8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian ……... 9
1.5.1 Lokasi Penelitian ..…… 9
1.5.2 Waktu Penelitian …….. 9

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka
2.1.1 Perilaku Konsumen
2.1.1.1 Pengertian Konsumen ……... 10
2.1.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen ……. 10

2.1.1.3 Pengetahuan Konsumen …….. 11
2.1.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Perilaku Konsumen …….. 13
2.1.2 Keluarga
2.1.2.1 Pengertian Keluarga ……..... 14
2.1.2.2 Ciri-Ciri Keluarga Di Kota-Kota Besar … 15
2.1.2.3 Ukuran Keluarga ..……. 15
2.1.2.4 Peranan Keluarga ……. 16
2.1.2.5 Konflik Dalam Pembuatan Keputusan
Keluarga …… 17
2.1.2.6 Strategi keluarga Untuk Menyelesaikan
Konflik ……...……..…. 18
2.1.2.7 Siklus Kehidupan Keluarga ...……... 19
2.1.3 Keluarga Inti
2.1.3.1 Pengertian Keluarga Inti ...……..... 22
2.1.3.2 Karakteristik Keluarga Inti ….…….. 22
2.1.3.3 Suami Istri dan Pengaruhnya ……... 23
2.1.3.4 Orangtua, Anak dan Pengaruhnya ……..... 23
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen 25
2.1.4.2 Tipe-Tipe Perilaku Membeli …..... 25
2.1.4.3 Proses Keputusan Pembelian ..…….. 26
2.1.5 Hubungan Keluarga Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen ……..... 30
2.1.6 Penelitian Terdahulu …… 31
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis
2.2.1 Kerangka Pemikiran ….…… 32
2.2.2 Hipotesis …….. 41

BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian ..…… 43

3.2 Metode penelitian ..…….. 44

3.2.1 Desain Penelitian ……..... 45

3.2.2 Operasional Variabel …… 45

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi ...……..... 47

3.2.3.2 Sampel ...……... 47

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data ..…… 49

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data ...……..... 49

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Metode Analisis ……..... 51

3.2.5.1.1 Uji Validitas ..…….. 51

3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas ……..... 53

3.2.5.1.3 Analisis Deskriftif / Kualitatif ... 56

3.2.5.1.4 Analisis Verifikatif / Kuantitatif.. 59

3.2.5.2.Perancangan Hipotesis ...……..... 65

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian …….. 67

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan …….. 67

4.1.2. Struktur Perusahaan ……. 67

4.2 Pembahasan Penelitian ……... 71

4.2.1. Karakteristik Reponden …….. 71

4.2.2 Hasil Analisis …….. 75

4.2.2.1 Tanggapan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Di PT. Aneka Jasa Motor Terhadap Peran Keluarga Inti .. 75

4.2.3.1 Peran Suami/Istri …… 76

4.2.3.2 Peran Anak ..…….. 79

4.2.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen
Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX
di PT Aneka Jasa Motor Bandung ……. 86
4.3 Hubungan Antara Peran Keluarga Inti Dengan
Keputusan Pembelian ……...….. 92
4.3.1 Analisis Regresi ...……... 92
4.3.2 Analisis Korelasi ……. 95
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi ……... 96
4.3.4 Uji Hipotesis ……... 97

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan ……. 99
5.2 Saran ……... 100
DAFTAR PUSTAKA ……..... 102
LAMPIRAN-LAMPIRAN