DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN..... ii

ABSTRACT..... iii

ABSTRAK..... iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR LAMPIRAN..... ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN..... 1

1.2. IDENTIFIKASI MASALAH..... 7

1.3. TUJUAN PENELITIAN..... 8

1.4. MANFAAT PENELITIAN..... 9

1.5. PEMBATASAN MASALAH DAN ASUMSI..... 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 11

2.1. KAJIAN PUSTAKA..... 11

2.1.1. BRAND IMAGE..... 12

2.1.2. HARGA..... 21

2.1.3. PRODUK DEVELOPMENT..... 26

2.1.4. PERILAKU KONSUMEN..... 30

2.1.5. KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN..... 44

2.1.6. SEJARAH SEPEDA MOTOR..... 52

2.2. KERANGKA PEMIKIRAN..... 55

2.3. HIPOTESIS PENELITIAN..... 58

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 60

3.1. METODE PENELITIAN YANG DIGUNAKAN..... 60

3.2. OPERASIONALISASI VARIABEL..... 60

3.3. SUMBER DAN CARA PENENTUAN DATA..... 65

3.4. POPULASI DAN SAMPEL..... 65

3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA..... 67

3.6. DIAGRAM JALUR DAN PERSAMAAN STRUKTURAL..... 68

3.7. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN..... 73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 76

4.1. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN..... 76

4.2. PERTUMBUHAN SEPEDA MOTOR..... 78

4.3. PROFIL PRODUSEN & PRODUK SEPEDA MOTORNYA..... 80

4.3.1. PT AHM..... 81

4.3.2. PT YMKI..... 86

4.3.3. PT SIM..... 91

4.3.4. PT KMI..... 93

4.3.5. PT BAI..... 93

4.3.6. PT MMI..... 100

4.4. PROFIL RESPONDEN..... 103

4.5. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE, HARGA, PRODUK

DEVELOPMENT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN..... 107

4.5.1. VARIABEL BRAND IMAGE..... 107

4.5.2. VARIABEL HARGA..... 108

4.5.3. VARIABEL PRODUK DEVELOPMENT..... 109

4.5.4. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN..... 110

4.6. PENGUJIAN HIPOTESIS..... 111

4.6.1. HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS..... 111

4.6.2. PERHITUNGAN KOEFISIEN PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN..... 116

4.6.3. UJI HIPOTESIS..... 118

4.6.4. Besarnya Pengaruh Brand Image, Harga, Pengembangan Produk terhadap Keputusan Pembelian..... 123

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 129

DAFTAR PUSTAKA..... 133

LAMPIRAN..... 135

DAFTAR TABEL

TABEL		HAL
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	61
3.2	Populasi Penjualan Motor Jenis Sport.....	66
3.3	Pengambilan Sampel.....	67
4.1	Pertumbuhan Sepeda Motor PerTahun.....	79
4.2	Produsen penghasil sepeda motor jenis sport.....	81
4.3	Domisili Responden.....	103
4.4	Usia Responden.....	104
4.5	Tingkat Pendidikan Responden.....	105
4.6	Profesi Responden.....	105
4.7	Penghasilan Responden.....	106
4.8	Posisi Responden dalam Keluarga.....	107
4.9	Tanggapan responden terhadap Brand Image.....	107
4.10	Tanggapan responden terhadap Harga.....	108
4.11	Tanggapan responden terhadap produk development.....	109
4.12	Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian.....	110
4.13	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Brand Image.....	112
4.14	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Harga.....	113
4.15	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Pengembangan Produk..	114
4.16	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	115
4.17	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	116
4.18	Hasil Pengujian Hipotesa dengan uji F.....	120
4.19	Uji Hipotesis Pengaruh secara Parsial	121

4.20 Besarnya Koefisien Jalur Variabel Brand Image, Harga dan Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian 127

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR **HAL**

2.1 Model Perilaku Konsumen..... 34

2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian..... 35

2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembeli..... 46

2.4 Model Kerangka Pemikiran..... 58

3.1 Hubungan kausal dari X_1, X_2 ke X_3 ke Y..... 68

4.1 Lima besar motor sport..... 80

4.2 Path Diagram Variabel Brand Image, Harga, dan Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian 118