DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN. ……..……..……..……..……..……..……... i

SURAT PERNYATAAN.....……..……..……..…….. ……..……..……... ii

MOTTO……..……..……..……..……..……..……..……..……... iii

ABSTRAK…..……..……..……..……..……..……..……..……... iv

ABSTRACT..……..……..……..……..……..……..……..……... v

KATA PENGANTAR……..……..…….. …….. ……..……..……..……... vi

DAFTAR ISI ……..…….. ……..…….. ……..……..……..……..……..... ix

DAFTAR GAMBAR……..……..……..……..……..……..……..……... xiii

DAFTAR TABEL… ……..……..…….. ……..……..……..……..……... xiv

DAFTAR LAMPIRAN……..……..……..……..……..……..……..……... xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian……..……..……..……..……... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah……..……..……... 7

1.2.1 Identifikasi Masalah……..……..……..……..……... 7

1.2.2 Rumusan Masalah..……..……..……..……... 8

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian……..……..……..……... 8

1.3.1 Maksud Penelitian..……..……..……..……..……... 8

1.3.2 Tujuan Penelitian...……..……..……..……..……... 8

1.4. Kegunaan Penelitian…... ……..……..……..……..……... 9

1.4.1. Kegunaan Praktis..……..……..……..……..……... 9

1.4.2. Kegunaan Akademis……. ……..……..……..……... 9

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian…..……..……..……..……... 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.... ……...……...……...……...……... 11

2.1.1Motivasi…...……...……...……...……...……... 12

2.1.1.1 Pengertian Motivasi……... ……...……...……... 12

2.1.1.2 Teori Motivasi Konsumen. ……...……...……... 14

2.1.2 Sikap……..……...……...……...……...……... 16

2.1.2.1 Pengertian Sikap… ……...……...……...……... 16

2.1.2.2 Komponen Sikap...……...……...……...……... 17

2.1.2.3 Ciri - Ciri Sikap……...……...……...……... 18

2.1.2.4 Fungsi Sikap…….. ……...……...……...……... 19

2.1.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap.……... 20

2.1.3 Keputusan Pembeliaan konsumen..……...……...……... 22

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembeliaan ……...……... 22

2.1.3.2 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen……. ……... 22

2.1.3.3 Pihak – Pihak Yang Berperan Dalam Proses Pengambilan Keputusan…. ……...……... 23

2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan…. ……...……... 24

2.1.4 Keterkaitan Motivasi dan Sikap Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen..……...……... 27

2.1.4.1 Keterkaitan Motivasi dengan Keputusan Pembelian...……...……...……...……... 27

2.1.4.2 Keterkaitan Sikap dengan Keputusan Pembelian...……...……...……...……... 28

2.1.4.3 Keterkaitan Motivasi dan Sikap Konsumen tehadap Keputusan Pembelian…... ……...……... 28

2.1.5 Penelitian Terdahulu……. ……...……...……...……... 29

2.2. Kerangka Pemikiran……...……...……...……... 31

2.3. Hipotesis. ……...……...……...……...……...……... 35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian..……...……...……...……...……... 37

3.2. Metode Penelitian…….. ……...……...……...……... 38

3.2.1 Desain Penelitian……...……...……...……... 39

3.2.2 Operasionalisasi Variabel...……...……...……... 41

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data…….. ……...……... 44

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)…….. 44

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan sampel minimal)…….……...……...……...……... 44

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.……...……...……... 46

3.2.4.1 Uji Validitas……..……...……...……... 47

3.2.4.2 Uji Reliabilitas…... ……...……...……... 49

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis…… …….. 54

3.2.5.1 Rancangan Analisis…….. ……...……... 54

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis…….. ……...……... 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan……...……...……... 65

4.1.1 Sejarah Perusahaan ……...……...……... …….. 65

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan……...……..... 67

4.1.3 Uraian Tugas (*Job Description*)……...……....69

4.1.4 Aktivitas Perusahaan…….. ……...……...……... 72

4.2. Pembahasan Penelitian……...……...……...……... 73

4.2.1 Karakteristik Responden… ……...……...……... 73

4.3. Analisis Deskriptif……. ……...……...……...……... 77

4.3.1 Motivasi Konsumen Pengguna Sepeda Motor Honda Tipe Sport di PT Daya Anugrah mandiri Bandung…….. 77

4.3.2 Sikap Konsumen Pengguna Sepeda Motor Honda Tipe Sportdi PT Daya Anugrah mandiri Bandung …….. 85

4.3.3 Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Honda Tipe Sport...……...……...……...……... 90

4.4. Analisis Verifikatif……. ……...……...……...……... 97

4.4.1 Pengaruh Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen……. ……... 97

4.5. Pengujian Hipotesis…….……...……...……...……...105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan…….……...……...……...……...……... 112

5.2. Saran……...……...……...……...……...……... 113

DAFTAR PUSTAKA……...……...……...……...……...……...……... 115

LAMPIRAN-LAMPIRAN