

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Gambaran Umum Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) .....	1
1.1.2    Visi dan Misi PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) .....	2
1.1.3    Logo Perusahaan .....	3
1.1.4    Produk dan Layanan .....	3
1.1.5    Pengelolaan Sumber Daya .....	3
1.2    Latar Belakang .....	6
1.3    Perumusan Masalah .....	11
1.4    Tujuan Penelitian .....	11
1.5    Kegunaan Penelitian .....	11
1.6    Waktu dan Periode Penelitian .....	12
1.7    Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II</b> .....	14
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PERUSAHAAN</b> .....	14
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	14
2.1.1    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.2    Bauran Pemasaran .....	15
2.1.3    Bauran Produk .....	15

2.2	Kualitas Produk .....	16
2.2.1	Pengertian Kualitas Produk .....	16
2.2.2	Dimensi Kualitas Produk .....	17
2.3	Promosi.....	18
2.3.1	Pengertian Promosi .....	18
2.3.2	Bauran Promosi .....	19
2.3.3	Dimensi Promosi .....	19
2.4	Perilaku Konsumen .....	20
2.5	Minat Pembelian.....	21
2.5.1	Pengertian Minat Pembelian .....	21
2.5.2	Dimensi Minat Pembelian Konsumen.....	21
2.6	Hubungan Kualitas Produk dan Minat Pembelian .....	22
2.7	Hubungan Promosi dan minat pembelian.....	23
2.8	Penelitian Terdahulu .....	24
2.8	Kerangka Pemikiran .....	30
2.9	Hipotesis Penelitian .....	32
2.10	Ruang Lingkup Penelitian .....	33
<b>BAB III</b>	.....	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	35
3.2.1	Variabel Operasional.....	35
3.2.2	Skala Pengukuran.....	39
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1	Populasi .....	40
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5.1	Sumber Data .....	42
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	42
3.6.1	Uji Validitas .....	42
3.6.2	Uji Reabilitas .....	46
3.7	Teknik Analisis Data .....	47
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	47

3.7.2	Method of Succesive Interval (MSI)	49
3.7.3	Uji Normalitas	50
3.7.4	Uji Multikolinearitas	50
3.7.5	Uji Heteroskedastisitas	51
3.7.6	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.7	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	51
3.7.8	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	52
3.7.9	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	53
<b>BAB IV</b>		54
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		54
4.1	Pengumpulan Data	54
4.2	Karakteristik Responden	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.3.1	Analisis Deskriptif	56
4.3.2	Method of Succesive Interval (MSI)	69
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	70
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.5	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	75
4.3.6	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	76
4.3.7	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	78
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	79
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Promosi	80
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian	80
4.4.4	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Pembelian secara Parsial	80
4.4.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Pembelian secara Simultan	81
<b>BAB V</b>		82
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	82

5.2.1	Saran bagi PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) .....	82
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>85</b>