

# 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>		<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
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>		<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>82</b>
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>