

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	1
1.1.1 Profil Umum PT. Piaggio Indonesia.....	1
1.2 LATAR BELAKANG .....	2
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.4 TUJUAN PENELITIAN .....	7
1.5 BATASAN MASALAH.....	7
1.6 KEGUNAAN PENELITIAN .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 LANDASAN TEORI .....	7
2.1.1 Theory of Planned Behavior .....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.3 Konsep Emotional marketing .....	9
2.1.3.1 Dimensi Emotional marketing.....	10
2.1.4 Konsep Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5 Konsep Proses Keputusan Pembelian.....	14
2.2. PENGARUH ANTARA EMOTIONAL MARKETING DENGAN PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	16
2.3 PENELITIAN TERDAHULU .....	17
2.3.1 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	17
2.3.2 Penelitian Terdahulu Yang Terbit Pada Jurnal Nasional.....	19

2.3.3 Penelitian Terdahulu Yang Terbit Pada Jurnal Internasional .....	23
2.4 KERANGKA PEMIKIRAN .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 JENIS PENELITIAN .....	30
3.2 VARIABEL OPERASIONAL .....	30
3.3 SKALA PENGUKURAN.....	32
3.3.1 TAHAPAN PENELITIAN .....	33
3.4 POPULASI DAN SAMPEL.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.4.3 Teknik Sampling.....	35
3.5. PENGUMPULAN DATA .....	35
3.5.1 Data Primer .....	35
3.5.2 Data Sekunder.....	35
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	38
Uji Normalitas.....	39
Uji Multikolinieraritas .....	39
Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.5 Teknik Analisis Data.....	40
ANALISIS DESKRIPTIF .....	40
UJI REGRESI LINIER SEDERHANA.....	40
UJI HIPOTESIS .....	41
KOEFISIEN DETERMINASI.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	44
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2 HASIL PENELITIAN .....	46
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel X Emotional Marketing .....	46
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Y Proses keputusan pembelian .....	49
4.2.3 Uji Normalitas.....	54

4.2.3 Uji Method Succesive Interval (MSI).....	55
4.2.4 Analisis Koefisien Korelasi .....	55
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis .....	57
4.2.7 Analisis Koefisien Determinasi .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>