

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Hasil Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	
1. Motivasi	
a. Pengertian Motivasi	10
b. Teori-teori Motivasi	12
c. Proses Motivasi	13
d. Tujuan Motivasi Konsumen	14
e. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi.....	14
f. Indikator yang Mempengaruhi Motivasi	15

2. Produk	
a. Pengertian Produk	16
b. Strategi Produk	17
c. Produk Baru	19
d. Diferensiasi Produk	20
e. Siklus Kehidupan Produk	22
f. Indikator yang Mempengaruhi Produk	23
3. Promosi	
a. Pengertian Promosi	24
b. Bauran Promosi	25
c. Cara Promosi	28
d. Indikator yang Mempengaruhi Promosi	30
4. Keputusan Pembelian	
a. Pengertian Keputusan Pembelian	31
b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
c. Kerangka Acuan Keputusan Pembelian	32
d. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	33
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Berfikir	40
D. Hipotesis Penelitian	41
BAB III : Metode Penelitian	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Tata Variabel Penelitian	46
D. Definisi Operasional	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Jenis dan Sumber Data	51
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	51
H. Uji Asumsi Klasik	52

I. Analisis Data	55
BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	
1. Sejarah Perusahaan di Artistic18 Centuries.....	58
2. Lokasi Perusahaan	58
3. Struktur Organisasi	59
B. Gambaran Umum Responden	60
C. Deskripsi Hasil Data Penelitian	62
D. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	69
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
F. Analisis Data	74
G. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V : Penutup	
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Saran	89
D. Penutup	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	47
Tabel 3.2 Kriteria Autokorelasi.....	53
Tabel 4.1 Lokasi Perusahaan.....	58
Tabel 4.2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.4 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 4.5 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Hasil Dari Jawaban Responden Motivasi	63
Tabel 4.7 Hasil Dari Jawaban Responden Produk.....	64
Tabel 4.8 Hasil Dari Jawaban Responden Promosi	65
Tabel 4.9 Hasil Dari Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	70
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.15 Uji Normalitas	73
Tabel 4.16 Regresi Berganda	74
Tabel 4.17 Uji t	76
Tabel 4.18 Uji F	78
Tabel 4.19 Koefisien determinasi (R^2)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 2.3 Hipotesis X1 terhadap Y	42
Gambar 2.4 Hipotesis X2 terhadap Y	43
Gambar 2.5 Hipotesis X3 terhadap Y	44
Gambar 2.6 Hipotesis X1,X2 dan X3 terhadap Y.....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	59

