



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Permasalahan	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	8
1.4. Sistematika Penulisan	8
BAB II : LANDASAN TEORI	10
2.1. Perilaku Konsumen	10



2.2. Model Pengorganisasian Perilaku Konsumen	14
2.3. Model Perilaku Konsumen	18
2.4. Perilaku Konsumen Adalah Pengetahuan Interdisipliner	20
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Metodologi Penelitian.....	23
3.2. Pendekatan Penelitian	23
3.3. Jenis Penelitian	24
3.4. Metode Pengambilan Sampel	24
3.5. Cara Pengumpulan Data	25
3.6. Proses Pengambilan Sampel	25
3.7. Analisis Varians (ANOVA)	26
BAB IV : GAMBARAN UMUM DAN PROFIL PRODUK	27
4.1. Persaingan Terkini di Kelas Sedan 1.500 cc di DKI Jakarta ...	27
4.2. Spesifikasi Produk	29
4.2.1. Toyota Vios	29
4.2.2. All New Honda City	29
4.2.3. Suzuki Baleno Next G	30
4.2.4. Hyundai Accent Verna	31
4.2.5. Timor S515i	31
4.3. Pertarungan Paling Ditunggu	32
4.3.1. Toyota Vios	33
4.3.2. Honda City	36
4.3.3. Suzuki Baleno Next G	38



BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Uji Reabilitas Kuisisioner	41
5.2. Karakteristik Responden	42
5.3. Analisis Perbedaan Persepsi <i>Performance Value</i>	47
5.4. Analisis Perbedaan Persepsi <i>Social Value</i>	50
5.5. Analisis Perbedaan Persepsi <i>Emotion Value</i>	53
5.6. Analisis Perbedaan Persepsi <i>Price Value</i>	55
5.7. Analisis Perbedaan Persepsi <i>Financial Value</i>	57
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1. Kesimpulan	60
6.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63