

## DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
Abstract.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.6. Lingkup Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	13

<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
2.1. Perilaku Konsumen.....	15
2.2. Prduk.....	16
2.3. Promosi.....	17
2.4. Harga.....	18
2.5. Purchase/Repurchase Intention.....	18
2.6. Kerangka pemikiran.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1. Jenis dan Desain Penelitian.....	23
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3. Populasi dan Sampel.....	38
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5. Instrumen Penelitian.....	31
3.6 Pengujian Instrumen penelitian .....	31
3.5.1. Uji Validitas.....	31
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Regresi Berganda.....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Profile Responden.....	36

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan.....	40
4.2 Statistik Deskriptif.....	41
4.3 Hasil Uji Validitas.....	50
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.5 Hasil Uji Multikolenieritas.....	60
4.6 Hasil Uji Statistik.....	61
4.7 Hasil Hipotesis.....	65
<b>BAB V SIMPULAN.....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial.....	74
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	75
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Total Penjualan Mobil Wilayah Asia Tenggara.....	6
Tabel 1.2. Mobil terlaris di Indonesia .....	4
Tabel 1.3. Daftar pertanyaan metode wawancara .....	7
Tabel 3.1. Tabel Definisi Operasional Variabel Produk.....	24
Tabel 3.2. Tabel Definisi Operasional Variabel Promosi.....	25
Tabel 3.3. Tabel Definisi Operasional Variabel Harga.....	26
Tabel 3.4. Tabel Definisi Operasional Variabel Brand.....	27
Tabel 3.5. Tabel Definisi Operasional Variabel <i>After sales services</i> .....	28
Tabel 3.6. Tabel Definisi Operasional Variabel Inovasi Produk.....	29
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan Per Bulan.....	40
Tabel 4.6 Rentang Nilia dalam Penilaian Kuesioner.....	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Produk.....	42
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Promosi.....	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptf Variabel Harga.....	45
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Brand .....	46
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>After sales services</i> .....	47
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk .....	48

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Low MPV.....	49
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Produk.....	51
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Promosi.....	53
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Harga.....	54
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Brand.....	55
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel <i>After Sales Service</i> .....	56
Tabel 4.19 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	57
Tabel 4.20 Uji Validitas Variabel Terikat (Keputusan Konsumen Membeli Mobil Low MPV).....	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolenieritas.....	60
Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik.....	62
Tabel 4.24 Peringkat Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat Berdasarkan Nilai Koefisien.....	65
Tabel 4.25 Hasil Uji Signifikansi Model Penelitian.....	66
Tabel 4.26 Urutan Perhitungan Hipotesis Yang Paling Berpengaruh Terhadap Variabel Terikat.....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Total produksi mobil wilayah asia Tenggara tahun 2015-2017.....	2
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.2. <i>Post Purchase Consumer Behavior</i> .....	19

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	79
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	81