

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	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
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PERUSAHAAN	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
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
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
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
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
BAB V		82
KESIMPULAN DAN SARAN		82
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
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		85