

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>

### **BAB I      PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah....	3
C. Perumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematikan Penulisan .....	5

## **BAB II      LANDASAN TEORI**

A.	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	7
B.	Pengertian Sikap.....	15
C.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
D.	Kerangka Pikir.....	29
E.	Hipotesa.....	32

## **BAB III      METODE PENELITIAN**

A.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
B.	Jenis dan Sumber Data .....	33
C.	Populasi dan Sampel .....	34
D.	Metode Pengumpulan Data .....	35
E.	Metode Analisa Data .....	36
F.	Definisi Operasional Variabel.....	40

## **BAB IV      GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

A.	Profile Honda (Perusahaan) .....	44
B.	Karakter Responden dari Demografi ....	46
C.	Membeli atau Tidak Membeli .....	46
D.	Jenis Kelamin .....	47
E.	Usia.....	47
F.	Keadaan Membeli Honda Vario .....	48
G.	Pekerjaan .....	49
H.	Pendapatan.....	49

## **BAB V      HASIL DAN PEMBAHASAN**

A.	Uji Validitas .....	51
B.	Uji Reliabilitas.....	53
C.	Analisa Sikap.....	54
D.	Perhitungan Sikap.....	55
E.	Analisa Norma Subjective.....	56

F.	Analisa Bobot Konsumen .....	58
G.	Analisa Perilaku Konsumen.....	59

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

A.	Kesimpulan.....	61
B.	Saran .....	62

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
----------------------------	-----------

**Lampiran**