

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Hipotesis.....	12
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Arti dan Pentingnya Pemasaran.....	13
2.2 Arti dan Pentingnya Perilaku Konsumen	14
2.3 Arti Konsumen dan Pembeli Individual	17
2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.5 Jenis – Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	21
2.6 Dasar Arti Akhir bagi Keterlibatan.....	23
2.7 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan	25
2.8 Faktor – Faktor Anteseden dari Keterlibatan.....	25
2.9 Bentuk Keterlibatan dan Hasil.....	26
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Jenis Data	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel	32
3.5 Variabel Operasional Penelitian.....	32
3.5.1 Variabel Independen (X)	32
3.5.2 Variabel Dependen (Y).....	33

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.7 Alat Analisis.....	35
3.7.1 Analisis Kualitatif	35
3.7.2 Analisis Kuantitatif	36
3.8 Uji Hipotesis	37

IV. PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.2.1 Uji Validitas	40
4.2.2 Uji Reliabilitas	41
4.2 Analisis Kualitatif	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.1.1 Jenis Kelamin	43
4.2.1.2 Usia Responden.....	44
4.2.1.3 Pekerjaan Responden	45
4.2.1.4 Pengeluaran Responden	51
4.2.1.5 Pendidikan Terakhir Responden	46
4.2.2 Analisis Kualitatif Variabel.....	46
4.2.2.1 Variabel X Keterlibatan Konsumen.....	46
4.2.2.2 Variabel Keputusan Membeli Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung.	55
4.3 Analisis Kuantitatif	58
4.4 Uji Hipotesis	59

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN