

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
BAB 2	7
2.1 Pemasaran Suzuki Jimny Gen 2 Menurut Teori Pemasaran	7
2.2 Perilaku Konsumen Komunitas 4x4 Surabaya	7
2.3 Keputusan Pembelian Oleh Komunitas 4x4 Surabaya	9
BAB 3	13
3.1 Jenis Penelitian	13
3.2 Teknik Pengumpulan Data	13
3.3 Teknik Analisis Data	15
3.4 Triangulasi	18
BAB 4	21
4.1 Penggemar Jimny Sebagai Obyek	21
4.1.1 Kriteria Informan	23
4.2 Motivasi Konsumen Membeli Suzuki Jimny Gen 2	24
4.2.1 Pengenalan Masalah	29
4.2.2 Pencarian Informasi	31
4.2.3 Evaluasi Alternatif	33

4.2.4	Implementasi Keputusan	34
4.2.5	Evaluasi Pasca Pembelian	36
4.3	Hasil Penelitian	37
BAB 5	41
5.1	Kesimpulan	41
5.2	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	47

