

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Perilaku Konsumen	10
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
C. Pengaruh <i>Marketing Program</i>	18
C.1 Produk.....	19
C.1.1 Definisi Produk	19
C.1.2 Penggolongan Produk	21
C.1.3 Komponen Produk	23
C.2 Harga	24
C.2.1 Pengertian Harga.....	24
C.2.2 Tujuan Penetapan Harga	24
C.2.3 Peranan Harga	25
C.2.4 Strategi Penetapan Harga	25
C.2.2 Strategi Penyesuaian Harga	28
C.3 Saluran Distribusi	30
C.3.1 Pengertian Saluran Distribusi	30

C.3.2 Alasan Menggunakan Perantara	31
C.3.3 Mata Rantai Saluran Distribusi	32
C.3.4 Penentuan Jumlah Perantara	34
C.4 Promosi	34
C.4.1 Definisi Promosi	34
C.4.2 Alat Promosi	36
D. Keputusan Pembelian	41
D.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	41
D.2 Proses Keputusan Pembelian.....	44
E. Penelitian Terdahulu	45
F. Kerangka Pemikiran.....	48
G. Hipotesis	50

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian.....	53
B. Ruang Lingkup Penelitian	53
C. Definisi Konseptual	54
D. Definisi Operasional Variabel	55
E. Populasi dan Sampel.....	57
F. Sumber Data.....	59
G. Teknik Pengumpulan Data	59
H. Teknik Pengujian Instrumen.....	61
I. Teknik Pengolahan Data	64
J. Teknik Analisis Data	65
1. Uji Hipotesis.....	65
2. Uji Asumsi Klasik	68
3. Analisis Regresi.....	70

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan... ..	73
1. Sejarah Perusahaan.....	73
2. Kedudukan, Tugas Pokok, dan Fungsi.....	73
3. Struktur Organisasi Perusahaan	75

4. Visi dan Misi	81
a. Visi	81
b. Misi	82
5. <i>Spirit For</i> Perumnas	83
B. Hasil dan Pembahasan	84
1. Karakteristik Responden	84
a. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	85
b. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
c. Distribusi Responden Berdasarkan Status.....	87
d. Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	87
e. Distribusi Responden Berdasarkan Tipe Rumah.....	88
2. Deskripsi Jawaban Responden	89
a. Penilaian Responden Berdasarkan Produk.....	89
b. Penilaian Responden Berdasarkan Harga	93
c. Penilaian Responden Berdasarkan Distribusi.....	96
d. Penilaian Responden Berdasarkan Promosi.....	99
e. Penilaian Responden Keputusan Pembelian	102
3. Persentase Rata-rata Jawaban Responden Berdasarkan Variabel	105
C. Analisis Data.....	108
a. Uji Hipotesis	108
b. Uji Asumsi Klasik	112
c. Analisis Regresi.....	116
D. Pembahasan	118
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	128
B. Saran.....	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

