

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	12
1. Model Perilaku Konsumen	12
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
B. Produk (<i>Product</i>)	17
1. Atribut Produk	22
a). Unsur-Unsur Atribut Produk	26
1). Harga	26
2). Merek	28
3). Kemasan	30
4). Rasa	34
5). Pelayanan	36
C. Keputusan Pembelian	38
1. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	38
D. Penelitian Terdahulu	42
E. Kerangka Penelitian	43
F. Hipotesis	46

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian	48
B. Definisi Konseptual	49
C. Definisi Operasional	50
D. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi Penelitian	51
2. Sampel Penelitian	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	57
1. Metode Analisis Data	57
2. Skala Pengukuran	58
3. Uji Validitas	59
4. Uji Reliabilitas	61
5. Analisis Regresi	63
6. Uji Hipotesis	65
a. Pengujian Hipotesis Dengan Uji Parsial Atau Uji T	65
b. Pengujian Hipotesis Dengan Uji Serentak Atau Uji F ..	67
7. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolinearitas	69
c. Uji Heteroskedastisitas	69
d. Uji Autokorelasi	70
G. Koefisiensi Determinasi	71

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	72
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	72
2. Visi dan Misi Perusahaan	73
3. Filosofi Logo	74
4. Produk	74
5. Gerai	75
B. Hasil dan Pembahasan	77
1. Hasil Penelitian.....	78
a. Karakteristik Responden	78
1). Distribusi Responden Berdasarkan Usia	78
2). Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan ...	79
3). Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4). Distribusi Responden Berdasarkan Lama Mengonsumsi	80
5). Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Pembelian	81
6). Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian	81

7). Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	82
8). Distribusi Responden Berdasarkan Kesiediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain	83
b. Analisa Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
1). Variabel Harga	84
2). Variabel Merek	85
3). Variabel Kemasan	86
4). Variabel Rasa	87
5). Variabel Pelayanan	88
6). Variabel Keputusan Pembelian	89
c. Analisis Linear Berganda	90
d. Uji Hipotesis	92
1). Pengujian Hipotesis Dengan Uji Parsial Atau Uji t	92
2). Pengujian Hipotesis Dengan Uji Serentak Atau Uji F	95
e. Uji Asumsi Klasik	96
1). Uji Normalitas	96
2). Uji Multikolinearitas	97
3). Uji Heteroskedastisitas	98
4). Uji Autokorelasi	99
5). Koefisiensi Determinasi (R^2)	99
2. Pembahasan	101
2.a Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	101
2.b Pengaruh Variabel Merek Terhadap Keputusan Pembelian	102
2.c Pengaruh Variabel Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
2.d Pengaruh Variabel Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	103
2.e Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	104
2.f Pengaruh Variabel Harga, Merek, Kemasan, Rasa, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	104

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	107
B. Saran	108