

# DAFTAR ISI

Halaman

## DAFTAR ISI

## DAFTAR TABEL

## DAFTAR GAMBAR

### I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	7
1.3	Tujuan Penelitian.....	7
1.4	Manfaat Penelitian.....	8
1.5	Paradigma Penelitian.....	9
1.6	Hipotesis.....	10

### II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Definisi Pemasaran.....	11
2.2	Bauran Pemasaran .....	12
2.3	Produk .....	12
2.4	Atribut Produk .....	14
2.5	Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
	2.5.1 Tahapan Pengambilan Keputusan .....	20
2.6	Hubungan Antara Atribut Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen.....	22
2.7	Penelitian Terdahulu .....	24

### III. METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Objek Penelitian .....	27
3.3	Sumber Data .....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	30
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	34
	3.7.1 Uji Validitas.....	34
	3.7.2 Uji Reliabilitas .....	35

3.8	Teknik Analisis Data	
3.8.1	Analisis Kualitatif.....	35
3.8.2	Analisis Kuantitatif .....	36
3.8.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
3.8.3	Rancangan Pengujian Hipotesis .....	37
3.8.3.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
3.8.3.2	Uji F .....	37
3.8.3.3	Uji t .....	37

#### **IV. PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum .....	38
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
4.2.1	Uji Validitas .....	39
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	41
4.3	Analisis Kualitatif.....	43
4.3.1	Hasil Analisis Profil Responden .....	43
4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	47
4.4.1	Tanggapan Tentang Atribut Produk .....	47
4.4.2	Tanggapan Tentang Keputusan Pembelian .....	66
4.5	Analisis Kuantitatif.....	69
4.5.1	Uji Regresi Linear Berganda .....	69
4.5.2	Uji F.....	74
4.5.3	Uji t .....	75
4.6	Implikasi Manajerial .....	77

#### **V. SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan .....	79
5.2	Saran .....	80

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**