

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | ii   |
| MOTTO .....   | iii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....  | iv   |
| ABSTRAKSI .....   | v    |
| KATA PENGANTAR .....  | vi   |
| DAFTAR ISI.....   | ix   |
| DAFTAR TABEL.....   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN   |      |
| 1.1. Latar Belakang .....   | 1    |
| 1.2. Perumusan Masalah .....  | 7    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....  | 7    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....   | 8    |
| 1.5. Landasan Teori.....  | 8    |
| 1.5.1. Tinjauan Teoritis .....  | 8    |
| 1.5.1.1. Pemasaran .....  | 8    |
| 1.5.1.2. Bauran Pemasaran.....  | 8    |
| 1.5.1.3. Produk .....   | 13   |
| 1.5.1.4. Atribut Produk.....  | 13   |
| 1.5.1.5. Klasifikasi Produk.....  | 17   |
| 1.5.1.6. Tingkatan Produk.....  | 19   |
| 1.5.1.7. Merek .....  | 19   |
| 1.5.1.8. Manfaat Merek.....   | 20   |
| 1.5.1.9. Perilaku Konsumen .....  | 23   |
| 1.5.1.10. Model Perilaku Konsumen.....                                      | 23   |
| 1.5.1.11. Keputusan Pembelian.....  | 25   |
| 1.5.1.12. 4 Pandangan Pengambilan Keputusan .....                           | 26   |
| 1.5.1.13. Tahap-tahap keputusan Pembelian.....                              | 28   |
| 1.5.1.14. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Pembelian .....                 | 32   |
| 1.5.2. Tinjauan Empiris.....  | 37   |
| 1.6. Kerangka Pemikiran.....  | 42   |
| 1.7. Uji Reliabilitas atribut dengan menggunakan uji Cochran<br>Q-test..... | 43   |
| 1.8. Definisi Konsep dan Operasional.....                                   | 44   |
| 1.8.1. Definisi Konsep.....   | 45   |
| 1.8.2. Definisi Operasional .....   | 46   |
| 1.9. Metode Penelitian.....   | 48   |
| 1.9.1. Tipe Penelitian .....  | 48   |
| 1.9.2. Ruang Lingkup Penelitian.....  | 48   |
| 1.9.3. Lokasi Penelitian.....   | 48   |
| 1.9.4. Sumber Data.....   | 49   |

|  |            |
|--|------------|
| 1.9.5. Teknik Pengumpulan Data.....                | 49         |
| 1.9.6. Populasi dan Sampel .....                   | 49         |
| 1.9.6.1. Populasi .....                            | 49         |
| 1.9.6.2. Sampel.....                               | 50         |
| 1.9.7. Besaran Sampel.....                         | 50         |
| 1.9.8. Teknik Sampling .....                       | 51         |
| 1.9.9. Skala pengukuran instrumen penelitian ..... | 51         |
| 1.9.10. Teknik Analisis Data.....                  | 52         |
| 1.9.10.1. Analisis Deskriptif .....                | 52         |
| 1.9.10.2. Analisis Cochran Q-test .....            | 52         |
| 1.9.10.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....     | 54         |
| 1.9.10.4. Analisis Faktor .....                    | 56         |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>             |            |
| 2.1. Sejarah singkat Perusahaan .....              | 59         |
| 2.2. Peranan dan Fungsi .....                      | 61         |
| 2.3. Struktur Organisasi.....                      | 62         |
| 2.4. Produk-produk .....                           | 67         |
| <b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>        |            |
| 3.1. Analisis Data .....                           | 69         |
| 3.1.1. Hasil Uji Cochran.....                      | 69         |
| 3.1.2. Karakteristik Responden .....               | 89         |
| 3.1.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....   | 91         |
| 3.1.4. Deskripsi Variabel Penelitian.....          | 93         |
| 3.1.5. Hasil Analisis Faktor.....                  | 98         |
| 3.2. Pembahasan.....                               | 108        |
| <b>BAB IV PENUTUP</b>                              |            |
| 4.1. Kesimpulan .....                              | 112        |
| 4.2. Saran.....                                    | 113        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        | <b>114</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                    |            |

