

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1. Konsep Atribut Produk.....	13
2.1.1.1 Atribut Produk dalam Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.1.1 Pengertian Produk	14
2.1.1.2 Definisi Atribut Produk.....	16
2.1.1.3 Dimensi Atribut Produk	19

2.1.1.3.1 Merek.....	19
2.1.1.3.2 Harga	22
2.1.1.3.3 Desain	25
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.2.2 Proses Keputusan Pembelian	29
2.1.3.2 Dimensi Keputusan	32
2.1.3 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	36
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	38
2.1.5 Kerangka Pemikiran.....	41
2.1.6 Hipotesis.....	44

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	47
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian.....	48
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	55
3.2.4.1 Populasi.....	55
3.2.4.2 Sampel	56
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	57
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	60

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	60
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	64
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	67
3.2.7.1 Analisis Data.....	67
3.2.7.2 Rancangan Analisis Deskriptif.....	67
3.2.7.3 Rancangan Analisis Verifikatif.....	69
3.2.7.4 Pengujian Hipotesis.....	73

BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Karakteristik Responden.....	75
4.1.1 Profil Perusahaan	75
4.1.1.1 SejarahPerusahaan	75
4.1.1.2 Visi dan Misi PT . SAI INDONESIA.....	76
4.1.1.3 Identitas Perusahaan	77
4.1.1.4 Produk.....	77
4.2 Karakteristik Responden	80
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4.3.4 Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan	84
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan sumber informasi	85
4.3.6 Karakteristik Responden berdasarkan lama menggunakan	86

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atribut Produk	87
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Merek.....	87
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga	90
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Desain	93
4.3.4 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atribut Produk	96
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	99
4.4.1Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	100
4.4.2 Tanggapan Respon Terhadap Pemilihan Merek	102
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Harga	103
4.4.4 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Kualitas.....	104
4.4.5 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Toko	105
4.4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan waktu	107
4.4.7 Tanggapan Responden Terhadap Cara Pembayaran.....	108
4.4.8 Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	110
4.5 Pengujian Hipotesis Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	112
4.5.1 Koefisien Determinasi.....	114
4.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	115
4.5.3 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	116
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	118

4.6.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	118
4.6.1.1 Temuan Penelitian Bersifat Deskriptif.....	118
4.6.1.2 Temuan Penelitian Bersifat Verifikatif	110
4.6.1.3 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	120
4.6.2 Implikasi penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	121
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Rekomendasi.....	126
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	