

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMAKASIH	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian	17
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep Desain Produk	23
2.1.1.1 Desain Produk dalam <i>Marketing Mix</i>	23
2.1.1.2 Definisi Desain Produk	27
2.1.1.3 Parameter Desain Produk	29
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian Konsumen	30
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	30
2.1.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	34
2.1.2.4 Model Keputusan Pembelian	36
2.1.2.5 Tipe-tipe Perilaku Konsumen	39
2.1.2.6 Motif Pembelian Konsumen	42

2.1.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Menggunakan	43
2.2 Orisinalitas Penelitian	44
2.3 Kerangka Pemikiran	51
2.4 Hipotesis	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	59
3.3 Operasionalisasi Variabel	60
3.4 Jenis dan Sumber Data	65
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	67
3.5.1 Populasi	67
3.5.2 Sampel	67
3.5.3 Teknik Sampling	70
3.6 Teknik Pengumpulan Data	71
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas	73
3.7.1 Uji Validitas	73
3.7.2 Uji Reliabilitas	78
3.8 Teknik Analisis Data	79
3.8.1 Analisis Deskriptif	80
3.8.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana ..	81
3.8.3 Koefesien Korelasi	86
3.9 Koefesien Determinasi	87
3.10 Pengujian Hipotesis	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan Nike, Inc.	89
4.1.1 Gambaran Umum Nike, Inc.	89
4.1.2 Identitas Nike, Inc.	91
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	91
4.2.1 Karakteristik Responden	91
4.2.2 Pengalaman Responden	96
4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Desain Produk	100

4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Form</i>	100
4.3.2	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Features</i>	103
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Performance Quality</i>	106
4.3.4	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Conformance Quality</i>	109
4.3.5	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Durability</i>	112
4.3.6	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	114
4.3.7	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Repairability</i>	115
4.3.8	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Style</i>	117
4.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Menggunakan	119
4.4.1	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Brand</i>	120
4.4.2	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Dealer</i>	124
4.4.3	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Quantity</i>	127
4.4.4	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Timing</i>	128
4.4.5	Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Payment Method</i> ...	132
4.5	Pengujian Hipotesis Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Menggunakan	133
4.5.1	Uji Asumsi Klasik terhadap Model Regresi	133
4.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	137
4.5.2.1	Analisis Koefisien Korelasi	138
4.5.2.2	Analisis Koefisien Determinasi	139
4.5.3	Uji Hipotesis	140
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	141
4.6.1	Pembahasan Desain Produk	141
4.6.2	Pembahasan Keputusan Menggunakan	143
4.6.3	Pembahasan Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Menggunakan	146
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	147
4.7.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	147
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	148

4.8 Implikasi Hasil Penelitian terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis..	149
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	156
5.2 Rekomendasi	157
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	