

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	10
2.1.1.1 Pendekatan Kardinal	12
2.1.1.2 Pendekatan Ordinal.....	13
2.1.1.3 Teori Preferensi Terungkap (Revealed Preference).....	15
2.1.1.4 Pendekatan Atribut	17
2.1.2 Anggaran	18
2.1.2.1 Pengertian Anggaran.....	18
2.1.2.2 Garis Anggaran	19
2.1.2.3 Manfaat Anggaran	20
2.1.2.4 Keseimbangan Konsumen	21
2.1.2.5 Pengaruh Anggaran Terhadap Preferensi	22
2.1.3 Pendapatan.....	23
2.1.4 Harga	24
2.1.5 Atribut Produk.....	25
2.1.5.1 Pengertian Atribut Produk	25

2.1.5.2 Manfaat Atribut Produk	27
2.1.5.3 Dimensi Kualitas Produk	28
2.1.5.4 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Partisipan	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Instrumen Penelitian.....	38
3.4.1 Uji Validitas	40
3.5.1 Uji Reliabilitas	41
3.5 Prosedur Penelitian.....	42
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
3.6.1 Teknik Analisis Data	44
3.6.2 Pengujian Hipotesis	45
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Temuan Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Produk Jilbab Zoya	51
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.1.3 Gambaran Umum Anggaran.....	58
4.1.4 Gambaran Umum Atribut Produk.....	59
4.1.5 Gambaran Umum Preferensi Konsumen	74
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.1.7 Hasil Analisis Data	83
4.2. Pengaruh Anggaran Terhadap Preferensi Konsumen Jilbab Zoya.....	86
4.3 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen	87

4.4 Pengaruh Anggaran dan Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Jilbab Zoya.....	90
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	91
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Implikasi	91
5.2 Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 NTB Ekonomi Kreatif 2010 - 2013	2
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Baleendah Tahun 2015.....	6
Tabel 1.3 Persentase Preferensi Konsumsi Masyarakat Komplek Baleendah Permai.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Sampel Ibu-ibu Yang Menggunakan Jilbab Tiap RT Komplek Baleendah Permai	38
Tabel 3.2 Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.5 Jumlah Anggaran yang Diterima Untuk Pembelian Jilbab	58
Tabel 4.6 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk	61
Tabel 4.7 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Performansi	62
Tabel 4.8 Skor Kriterium dari Atribut Produk Dalam Hal Performansi	62
Tabel 4.9 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk dalam Hal Performansi.....	63
Tabel 4.10 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Realibility	64
Tabel 4.11 Skor Kriterium dari Atribut Produk Dalam Hal Realibility	65
Tabel 4.12 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk dalam Hal Realibility	65
Tabel 4.13 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Durability	66
Tabel 4.14 Skor Kriterium dari Atribut Produk Dalam Hal Durability	67
Tabel 4.15 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk dalam Hal Durability.....	68
Tabel 4.16 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Estetika.....	68
Tabel 4.17 Skor Kriterium dari Atribut Produk Dalam Hal Estetika.....	69
Tabel 4.18 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk dalam Hal Estetika	70
Tabel 4.19 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Persepsi Kualitas	71
Tabel 4.20 Skor Kriterium dari Atribut Produk Dalam Hal Persepsi Kualitas	71
Tabel 4.21 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk dalam Hal Persepsi Kualitas	72
Tabel 4.22 Gambaran Umum Atribut Produk.....	73
Tabel 4.23 Rata-rata Skor dan Urutan	73
Tabel 4.24 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Konsumen	76
Tabel 4.25 Respon Konsumen Terhadap Preferensi Dalam Hal Pengalaman Yang Diperoleh	77
Tabel 4.26 Skor Kriterium Preferensi Dalam Hal Pengalaman Yang Diperoleh.....	78
Tabel 4.27 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Dalam Hal Pengalaman Yang Diperoleh	79

Tabel 4.28 Respon Konsumen Terhadap Preferensi Dalam Hal Kepercayaan Turun Temurun.....	80
Tabel 4.29 Skor Kriteria Preferensi Dalam Hal Kepercayaan Turun Temurun	80
Tabel 4.30 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Dalam Hal Kepercayaan Turun Temurun	81
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.32 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.33 Hasil Uji Autokorelasi	83
Tabel 4.34 Uji Hipotesis Secara Simultan (F)	85
Tabel 4.35 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Luas Wilayah Kecamatan Baleendah.....	5
---	---

Neti Nur Haniyyah, 2016

PENGARUH ANGGAARAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN JILBAB ZOYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Per Desa/Kelurahan Kecamatan Baleendah	5
Gambar 2.1 <i>Indifference Curve</i>	14
Gambar 2.2 Kurva Garis Anggaran (<i>budget line curve</i>).....	19
Gambar 2.3 Kurva Keseimbangan Konsumen.....	21
Gambar 2.4 Pergeseran Garis Anggaran Konsumen Akibat Perubahan Pendapatan	24
Gambar 2.5 Pergeseran Garis Anggaran Konsumen Akibat Perubahan Harga	25
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran	59
Gambar 4.6 Garis Kontinum Atribut Produk.....	61
Gambar 4.7 Garis Kontinum Atribut Produk dalam Hal Performansi.....	63
Gambar 4.8 Garis Kontinum Atribut Produk dalam Hal Realibility	65
Gambar 4.9 Garis Kontinum Atribut Produk dalam Hal Durability.....	67
Gambar 4.10 Garis Kontinum Atribut Produk dalam Hal Estetika.....	70
Gambar 4.11 Garis Kontinum Atribut Produk dalam Hal Persepsi Kualitas.....	72
Gambar 4.12 Garis Kontinum Preferensi Konsumen	75
Gambar 4.13 Garis Kontinum Preferensi Dalam Hal Pengalaman Yang Diperoleh	78
Gambar 4.14 Garis Kontinum Preferensi Dalam Hal Kepercayaan Turun Temurun	81