

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Kegunaan Penelitian	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	24
2.1.1 Konsep Diferensiasi Produk.....	24
2.1.1.1 Diferensiasi Produk dalam <i>Marketing Strategy</i>	24
2.1.1.2 Definisi Diferensiasi Produk	31
2.1.1.3 Proses Pengintegrasian Diferensiasi Produk	34
2.1.2 Konsep Perilaku Konsumen.....	43
2.1.2.1 Tipe-Tipe Perilaku Konsumen.....	45
2.1.2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	48
2.1.2.3 Peranan Dalam Keputusan Pembelian	50
2.1.2.4 Keputusan Pembelian.....	51
2.1.2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	53
2.1.2.6 Model Keputusan Pembelian	59

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

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

2.1.3 Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	63
2.1.4 Temuan Penelitian Sebelumnya	64
2.2 Kerangka Pemikiran	67
2.3 Hipotesis	77

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	79
3.2 Metode Penelitian	80
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	80
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	82
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	86
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	87
3.2.4.1 Populasi	87
3.2.4.2 Sampel.....	89
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	91
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	92
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	93
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	99
3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	101
3.3.1 Teknik Analisis Data	101
3.3.2 Rancangan Analisis Data Deskriptif	103
3.2.3 Analisis Verifikatif Dengan Menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana	104
3.3.4 Pengujian Hipotesis	112

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco .	113
4.1.1 Profil Perusahaan	113
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	115
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	115
4.1.1.3 Bidang Usaha PT Kalbe Farma Tbk	116
4.1.1.4 Produk Minuman Isotonik Hydro Coco	120

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

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

4.1.2	Karakteristik Responden	121
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	122
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	123
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas yang Paling Dominan Diluar Perkuliahan	124
4.1.3	Pengalaman Responden	125
4.1.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Minuman Isotonik Hydro Coco	125
4.1.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan alasan memilih Hydro Coco	126
4.1.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Darimana Memperoleh Informasi Mengenai Hydro Coco.....	127
4.1.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Hydro Coco.....	128
4.1.3.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Apa yang Dirasakan Setelah Mengonsumsi Hydro Coco.....	129
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Diferensiasi Produk.....	130
4.2.1	Dimensi <i>Content</i> dalam Diferensiasi Produk Minuman Isotnik Hydro coco	131
4.2.2	Dimensi <i>Context</i> dalam Diferensiasi Produk Minuman Isotnik Hydro coco	134
4.2.3	Dimensi <i>Infrastructure</i> dalam Diferensiasi Produk Minuman Isotnik Hydro coco	137
4.2.2	Rekapitulasi Dimensi Diferensiasi Produk.....	139
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	142
4.3.1	Dimensi Pilihan Produk dalam Keputusan Pembelian.....	142
4.3.2	Dimensi Pilihan Merek dalam Keputusan Pembelian	144
4.3.3	Dimensi Pilihan Penyalur dalam Keputusan Pembelian.....	145
4.3.4	Dimensi Waktu Pembelian dalam Keputusan Pembelian.....	146
4.3.5	Dimensi Jumlah Pembelian dalam Keputusan Pembelian	147
4.3.6	Rekapitulasi Dimensi Keputusan Pembelian	148
4.4	Teknik Analisis Data	150

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

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

4.4.1 Uji Normalitas	150
4.4.2 Uji Linearitas	153
4.5 Pengujian Hipotesis Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	153
4.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	154
4.5.2 Uji F	155
4.5.3 Koefisien Determinasi	156
4.5.4 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan pembelian	158
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	159
4.6.1 Implikasi Temuan Teoritis	159
4.6.2 Implikasi Temuan Empiris	161
4.7 Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	163
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	168
2.2 Rekomendasi	169
DAFTAR PUSTAKA.....	171
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

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