

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Ruang Lingkup	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.2 Konsep Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Produk	16
2.1.2.2 Atribut Produk	18
2.1.2.3 Komponen Atribut Produk.....	19
2.1.3 Konsep Desain Produk	21

2.1.3.1	Pengertian Desain Produk	21
2.1.3.2	Pemilihan Desain Produk	25
2.1.4	Keputusan Pembelian	26
2.1.4.1	Konsep Keputusan Produk.....	26
2.1.4.2	Tahap – Tahap Keputusan Pembelian	29
2.1.4.3	Perilaku Konsumen.....	32
2.1.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
2.1.4.5	Tipe-tipe Perilaku Keputusan Pembelian	38
2.1.5	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.1.6	Resume Hasil Penelitian Terdahulu	40
2.2	Kerangka Pemikiran	43
2.3	Hipotesis	47
 BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	48
3.2	Metode Penelitian dan Desain Penelitian	48
3.2.1	Metode Penelitian	48
3.2.2	Desain Penelitian	50
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	51
3.4	Jenis dan Sumber Data	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Populasi, Sample, dan Teknik Penarikan Sampel	59
3.3.1	Populasi	59
3.3.2	Sampel	60
3.3.1	Teknik Penarikan Sampel.....	61
3.7	Rancangan Analisis Data, Teknik Analisis Data, dan Uji Hipotesis	62

3.7.1 Rancangan Analisis Data.....	62
3.7.2 Teknik Analisis Data	73
3.7.3 Koefisien Determinasi	78
3.7.4 Uji Hipotesis.....	79
BAB IV KEGIATAN LAPANGAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	82
4.1.2 Karakteristik Responden.....	89
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Regional..	90
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	91
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	92
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian	93
4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Tentang Produk	93
4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbang Dengan Produk Kompetitor.....	94
4.1.3 Analisis Data.....	95
4.1.3.1 Pengolahan Desain Produk (X).....	95
4.1.3.1.1 Pengolahan Data Variasi (X1).....	95
4.1.3.1.2 Pengolahan Data Kuantitas (X2).....	97
4.1.3.1.3 Pengolahan Data Bentuk (X3).....	99
4.1.3.1.4 Pengolahan Data Fitur (X4).....	101
4.1.3.1.5 Pengolahan Data Merek (X5).....	103
4.1.3.1.6 Pengolahan Data Perawatan (X6).....	105
4.1.3.2 Pengolahan Data Keputusan Pembelian (Y)	108
4.1.3.2.1 Pengolahan Data Pilihan Produk (Y1) ..	108

4.1.3.2.2 Pengolahan Data Pilihan Merek (Y2)....	110
4.1.3.2.3 Pengolahan Data Pilihan Waktu (Y3) ...	111
4.1.3.2.4 Pengolahan Data Pilihan Pembayaran (Y4)	113
4.1.4 Gambaran Desain Produk (X)	116
4.1.4.1 Gambaran Tingkat Variasi (X1).....	116
4.1.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas (X2)	118
4.1.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Bentuk (X3)	121
4.1.4.4 Tanggapan Responden Mengenai Fitur (X4)	124
4.1.4.5 Tanggapan Responden Mengenai Merek (X5)	126
4.1.4.6 Tanggapan Responden Mengenai Perawatam (X6)	128
4.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	129
4.1.6 Hasil Pengujian Statistik	134
4.1.6.1 Pengujian Asumsi Regresi	134
4.1.6.2 Koefisiensi Korelasi.....	135
4.1.6.3 Analisis Regresi Sederhana	137
4.1.6.4 Uji Hipotesis	139
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	140

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Saran	144

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

