

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b>	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Pemasaran. ....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Produk.....	14
2.2. Kemasan .....	15
2.2.1 Pengertian kemasan.....	15
2.2.2 Peranan Kemasan.....	16
2.2.3 Fungsi Kemasan .....	19
2.2.4 Karakteristik Kemasan .....	22
2.2.5 Unsur-unsur Kemasan .....	26
2.2.6 Manfaat Kemasan.....	40
2.2.7 Pemilihan Kemasan yang Ideal.....	43

2.2.8	Strategi Kemasan .....	48
2.3	Konsep Keputusan Pembelian.....	50
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	50
2.4	Keterkaitan Antara Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
2.5	Kerangka Pemikiran.....	60
2.6	Hipotesis.....	64
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek Penelitian .....	65
3.2	Metode Penelitian.....	65
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	65
3.2.2	Metode Penelitian.....	67
3.2.3	Operasionalisasi Variabel.....	68
3.2.4	Jenis dan Sumber Data.....	71
3.2.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	72
3.2.5.1	Populasi.....	72
3.2.5.2	Sampel.....	74
3.2.5.3	Teknik Sampling.....	76
3.2.5.4	Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.3	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	77
3.3.1	Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	77
3.3.1.1	Validitas.....	77
3.3.1.2	Realibilitas.....	79
3.3.2	Teknik Analisis Data.....	81
3.3.2.1	Analisis Data.....	81
3.3.2.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	84
3.4	Rancangan Uji Hipotesis.....	86
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Profil Responden .....	87
4.1.1	Karakteristik Responden.....	87
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87

4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	89
4.1.2	Pengalaman Responden.....	90
4.1.2.1	Pengalaman Responden Terhadap Alasan Mengonsumsi Wafer Tim Tam.....	90
4.2	Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Kemasan .....	91
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variasi Ukuran Wafer Tim Tam.....	92
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Keistimewaan Bentuk Kemasan Wafer Tim Tam.....	93
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	94
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	95
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Gambar Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	96
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Keindahan Kemasan Wafer Tim Tam.....	97
4.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Bahan Kemasan Wafer Tim Tam.....	98
4.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Ketahanan Dan Keamanan Kemasan Wafer Tim Tam.....	99
4.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Membuka Kemasan Wafer Tim Tam.....	100
4.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Warna Kemasan Wafer Tim Tam .....	101
4.2.11	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan dan Keharmonisan Warna Kemasan Wafer Tim Tam.....	102
4.2.12	Tanggapan Responden Terhadap Keserasian antara Desain, Warna dan Ukuran Kemasan Wafer Tim Tam.....	103
4.2.13	Tanggapan Responden Terhadap Label Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	104
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	105
4.3.1	Tingkat Keinginan Membeli Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.3.2	Tingkatan Kepercayaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.3.3	Tingkat penilaian <i>image/citra</i> merek wafer coklat Tim Tam.....	107
4.3.4	Tingkat kesukaan terhadap merek wafer coklat Tim Tam.....	108

4.3.5	Tingkat keragaman varian produk merek wafer coklat Tim Tam.....	109
4.3.6	Tingkat Penilaian Kualitas Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	110
4.3.7	Tingkat Harga Jual produk Wafer Coklat Tim Tam.....	111
4.3.8	Tingkat Intensitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	112
4.3.9	Tingkat Kuantitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	113
4.4	Pembahasan.....	113
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Konsumen Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	114
4.4.2	Pembahasan Tanggapan Konsumen Pada Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam .....	117
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	119
4.5.1	Pengujian Hipotesis Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam.....	119
4.5.2	Menguji Adanya Pengaruh Signifikan Antara Kemasan (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Wafer Tim Tam .....	120
4.5.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	121
4.5.4	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam.....	122
4.6	Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan .....	125
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1	Kesimpulan.....	129
5.1	Rekomendasi .....	131
	Daftar Pustaka	
	Lampiran	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Merek Dan Produsen Wafer Berlapis Coklat.....	2
1.2	Pangsa Pasar Wafer Berlapis Coklat Coklat.....	2
1.3	Kinerja Produk Wafer Timtam .....	3
1.4	Data Keputusan Pembelian.....	4
2.1	Definisi Pemasaran Menurut Para Tokoh Pemasaran.....	9
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	69
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	72
3.3	Populasi siswa SMA di kecamatan margahayu Tahun 2008.....	73
3.4	Koefisien Korelasi.....	78
3.5	Interpretasi Alternatif Jawaban.....	83
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	83
3.7	Pedoman untuk memberikan klasifikasi Pengujian hubungan.....	83
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	89
4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Mengonsumsi Wafer Tim Tam.....	90
4.5	Tanggapan responden terhadap variasi ukuran Wafer tim tam.....	92
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Keistimewaan Bentuk Kemasan Wafer Tim Tam.....	93
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	94
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	95
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Gambar Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	96
4.10	Tanggapan responden terhadap keindahan Kemasan wafer tim tam.....	97
4.11	Tanggapan responden terhadap Kualitas bahan kemasan wafer Tim Tam.....	98
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Ketahanan Dan Keamanan Kemasan Wafer Tim Tam.....	99

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Membuka Kemasan Wafer Tim Tam.....	100
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Warna Kemasan Wafer Tim Tam.....	101
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Dan Keharmonisan Warna Kemasan Wafer Tim Tam.....	102
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Kekeragaman Antara Desain, Warna Dan Ukuran Kemasan Wafer Tim Tam	103
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Label Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	104
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keinginan Membeli Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepercayaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Penilaian <i>Image/Citra</i> Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	107
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kesukaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	108
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keragaman Varian Produk Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	109
4.23	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Penilaian Kualitas Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	110
4.24	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Harga Jual Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	111
4.25	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Intensitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	112
4.26	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kuantitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	113
4.27	Output Koefisien Regresi Coefficients.....	114
4.28	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	117
4.29	Skor Ideal Gambaran Variabel Kemasan.....	121
4.30	Skor Ideal Gambaran Variabel Keputusan Pembelian.....	121

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran.....	11
2.2	Unsur-Unsur Kemasan.....	27
2.3	Model Perilaku Pembeli.....	50
2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	52
2.5	Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen.....	55
2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wafer Tim Tam.....	63
2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wafer Tim Tam.....	64