

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Kerangka Pemikiran .....	10
1.5 Hipotesis.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Ruang Lingkup Pemasaran .....	18
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	18
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> .....	24
2.2 Produk .....	28
2.2.1 Pengertian Produk .....	28

2.2.2	Tingkatan Produk dan Jasa.....	31
2.2.3	Keputusan Produk dan Jasa .....	32
2.2.3.1	Keputusan Produk dan Jasa Individu .....	33
2.2.3.2	Keputusan Lini Produk ( <i>Line Decision</i> ).....	37
2.2.3.3	Keputusan Bauran Produk ( <i>Product Mix</i> ).....	37
2.2.4	Klasifikasi Produk.....	38
2.3	Atribut Produk.....	40
2.3.1	Komponen Atribut Produk.....	42
2.3.1.1	<i>Product Quality</i> / Kualitas Produk .....	42
2.3.1.2	<i>Product Features</i> / Fitur Product.....	44
2.3.1.3	<i>Design Product</i> / Desain atau Rancangan Produk.....	44
2.3.2	Kepercayaan Konsumen tentang Atribut Produk.....	45
2.3.3	Pentingnya Atribut produk.....	47
2.4	Keputusan Pembelian.....	49
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	49
2.4.2	Faktor-Faktor Yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian ..	51
2.4.3	Model Pengambilan Keputusan konsumen .....	54
2.4.4	Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	55
2.4.5	Hierarki Pengambilan Keputusan.....	57
2.4.6	Keputusan Pembelian Konsumen .....	59
2.5	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek Penelitian.....	66
3.2	Metode Penelitian .....	66
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan.....	66

3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	69
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	73
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	74
3.2.4.1	Populasi .....	74
3.2.4.2	Sampel .....	75
3.2.4.3	Teknik Sampling .....	77
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	79
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	81
3.2.6.1	Pengujian Validitas .....	81
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas .....	85
3.2.7	Teknik Analisis Data .....	87
3.2.8	Rancangan Uji Hipotesis .....	93
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Profil Perusahaan .....	99
4.2	Gambaran Variabel Penelitian .....	101
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk .....	101
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	109
4.3	Pengujian Hipotesis Penelitian Variabel X dan Y .....	120
4.3.1	Pengujian Hipotesis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	120
4.3.2	Analisis Korelasi .....	120
4.3.3	Analisis Regresi Sederhana .....	126
4.3.4	Koefisien Determinasi .....	127
4.4	Pembahasan .....	131
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>		
5.1	Kesimpulan .....	134

5.2 Rekomendasi..... 135

**DAFTAR PUSTAKA..... 138**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

