

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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, DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2.1 Pemasaran Jasa.....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15
2.1.4 Atribut Produk.....	23
2.1.4.1 Pengertian Atribut Produk.....	23
2.1.4.2 Komponen Atribut Produk.....	24

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

2.1.4.3 Pentingnya Atribut Produk.....	28
2.1.4.4 Kepercayaan Konsumen Tentang Atribut Produk.....	30
2.1.4.5 Dimensi Atribut Produk.....	32
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian....	34
2.1.5.3 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	38
2.1.5.4 Peran Konsumen dalam Pembelian.....	40
2.1.5.5 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian.....	41
2.1.6 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	43
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.4 Hipotesis.....	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.2 Jenis dan Metode Penelitan	55
3.2.1 Jenis Penelitian	55
3.2.2 Metode Penelitian.....	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	57
3.3.1 Populasi.....	57
3.3.2 Sampel.....	58

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.3.2.1 Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.4 Operasional Variabel.....	62
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5.1 Sumber Data.....	63
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.6.1 Uji Validitas.....	66
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	72
3.7.1 Analisis Korelasi.....	73
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi.....	73
3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	75
3.7.4 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	78
4.1.1 Identitas Perusahaan.....	78
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	79
4.1.3 Produk Yang Ditawarkan Perusahaan.....	81
4.2 Karakteristik Responden.....	82
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	85
4.2.5 Karakteristik Responden dalam Memperoleh Informasi Mengenai Brownies Kukus.....	87
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Konsumen Brownies Kukus.....	89
4.2.7 Karakteristik Banyaknya Brownies Kukus Yang Dibeli.....	90
4.2.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Rutinitas Pembelian.....	92
4.3 Gambaran Atribut Produk dan Keputusan Pembelian Brownies Kukus.....	93
4.3.1 Gambaran Atribut Produk Brownies Kukus.....	93
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	93
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk.....	102
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk	106
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Merek Produk.....	111
4.3.1.5 Gambaran Variabel Atribut Produk.....	116
4.3.2 Gambaran Keputusan Pembelian Brownies Kukus di Kota Bandung	118
4.3.2.1Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Berdasarkan Keberagaman Variasi Produk Yang Dibeli.....	118
4.3.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Berdasarkan Tekstur.....	119
4.3.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian	

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan Kepercayaan Terhadap Merek.....	120
4.3.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Jarak/Lokasi Toko	122
4.3.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Harga Yang Ditawarkan.....	123
4.3.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Produk Yang Dijual.....	124
4.3.2.7 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian Saat Dibutuhkan.....	126
4.3.2.8 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian Produk Untuk Persediaan.....	127
4.3.2.9 Tingkat Pembelian Berdasarkan Banyaknya Produk Yang Dibeli.....	128
4.3.2.10 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian.....	130
4.4 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownies Kukus	132
4.4.1 Uji Hipotesis Koefisien Korelasi.....	132
4.4.2 Koefisien Determinasi.....	133
4.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	134
4.4.4 Model Persamaan Regresi Pengaruh Atribut Produk (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	136
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	138
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	138

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

4.5.1.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif.....	138
4.5.1.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif.....	139
4.5.1.3 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	139
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR TABEL	
Tabel 1.1 Data Jumlah Pembelian Produk Brownies Di Kota Bandung dalam Satu Hari.....	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Penjualan Produk Brownies Di Kota Bandung Tahun 2011.....	5
Tabel 2.1 Kajian Empiris.....	44
Tabel 3.1 Rata-Rata Jumlah Pembeli Brownies Kukus di Kota Bandung.....	58
Tabel 3.2 Jumlah Sampel yang Akan Diteliti.....	61
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel.....	62
Tabel 3.4 Sumber Data.....	64

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Tabel 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas.....	69
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 3.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	73
Tabel 3.9 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi (GUILFORD).....	74
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	86
Tabel 4.5 Karakteristik Responden dalam Memperoleh Informasi Mengenai Brownies Kukus.....	88
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Konsumen Brownies Kukus.....	89
Tabel 4.7 Karakteristik Banyaknya Brownies Kukus Yang Dibeli Dalam Satu Bulan.....	91
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rutinitas Pembelian.....	92
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kelembutan Tekstur Brownies Kukus.....	93

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Kandungan	
Bahan Baku yang Dipakai.....	94
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Rasa dengan Aroma	96
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Rasa dan Aroma.....	97
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan dalam	
Takaran Bahan Baku.....	99
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Makanan yang	
Ditawarkan Sama dengan yang Disajikan	100
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Rasa.....	102
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Topping.....	103
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Warna.....	104
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Kemenarikan	
Variasi Bentuk Produk.....	106
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Kemenarikan Variasi Kemasan...	107
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Variasi	
Gambar Pada Kemasan.....	108
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemenarikan Warna.....	110
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Terhadap Merek.....	111
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tarik Merek	
Berdasarkan Kesan Kualitas.....	113
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Mengingat	

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Merek Produk.....	114
Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Atribut Produk Pada Brownies Kukus.....	116
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Berdasarkan	
Keberagaman Variasi Produk yang Dibeli.....	118
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Berdasarkan Tekstur..	119
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian Berdasarkan	
Kepercayaan Terhadap Merek.....	120
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Jarak/Lokasi Toko.....	122
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Harga yang Ditawarkan...	123
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Produk yang Dijual	124
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian	
Saat Dibutuhkan.....	126
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian Produk	
Untuk Persediaan.....	127
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembelian Berdasarkan	
Banyaknya Produk Yang Dibeli.....	129
Tabel 4.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Keputusan Pembelian.....	130
Tabel 4.36 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi...	132

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Tabel 4.37 Kriteria Kuat Lemahnya Hubungan.....	132
Tabel 4.38 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	
Koefisien Determinasi (GUILFORD).....	133
Tabel 4.39 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengertian Produk.....	19
Gambar 2.2 Pentingnya Atribut Produk.....	29

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Gambar 2.3 Pembentukan Kepercayaan Diantara Objek, Atribut, dan Manfaat.....	31
Gambar 2.4 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
Gambar 2.5 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	38
Gambar 2.6 Langkah-Langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	40
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
Gambar 2.8 Paradigma Penelitian Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
Gambar 4.1 Garis Kontinum Atribut Produk.....	117
Gambar 4.2 Garis Kontinum Keputusan pembelian.....	131

Muhammad Rizal Jayawangsa, 2012

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownis Kukus di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu