

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Strategi Pemasaran	18
2.1.2 <i>Strategic Competitif Advantage</i>	22
2.1.3 Strategi <i>Market Challenger</i>	24
2.1.3.1 Strategi Differensiasi	26
2.1.4 Konsep <i>Product Proliferation</i>	31

2.1.4.1 Manfaat <i>Product Proliferation</i>	32
2.1.4.2 Masalah-Masalah dalam Mengelola <i>Product Proliferation</i>	34
2.1.4.3 Strategi Untuk Mengelola <i>Product Proliferation</i> ..	36
2.1.4.4 Dimensi <i>Product Proliferation</i>	39
2.1.5 Konsep Keputusan Pembelian	43
2.1.5.1 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	45
2.1.5.2 Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Membeli	50
2.1.5.3 Tipe-Tipe Kosumen dalam Mengambil Keputusan	51
2.1.5.4 Keputusan Pembelian	52
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	54
2.1.7 Pengaruh <i>Product Proliferation</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
2.2 Kerangka Pemikiran	57
2.3 Hipotesis	65

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	67
3.2 Metode Penelitian	67
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	67
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	68
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	72
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	74

3.2.4.1 Populasi	74
3.2.4.2 Sampel	75
3.2.4.3 Teknik Penarikan <i>Sampling</i>	77
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	79
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	81
3.2.6.1 Pengujian Validitas	82
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	85
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	87
3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas.....	87
3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	87
3.2.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	88
3.2.8.1 Analisis Deskriptif	89
3.2.8.2 Analisis Verifikatif	90
3.2.8.3 Rancangan Pengujian Hipotesis	95

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	97
4.1.1 Profil Perusahaan	97
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	99
4.1.2.1 Visi Perusahaan	99
4.1.2.2 Misi Perusahaan	99
4.1.3 Sejarah dan Aktivitas Bisnis	100
4.1.3.1 Sejarah Kuku Bima Ener-G	100
4.1.3.2 Aktivitas Bisnis Kuku Bima Ener-G.....	100
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Konsumen.....	103

4.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Kinerja <i>Product Proliferation</i> ..	112
4.4 Pertimbangan Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Minuman Berenergi <i>Non-Cair</i> Kuku Bima Ener-G ...	130
4.5 Pengaruh Kinerja <i>Product Proliferation</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kuku Bima Ener-G	154
4.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	158
4.6.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	158
4.6.2 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan.....	159
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	164
5.2 Rekomendasi	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	