

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	21
2.1 Kajian Pustaka.....	21
2.1.1 Pemasaran.....	21
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	21
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.2 Produk, Bauran Produk dan Variasi Produk.....	27

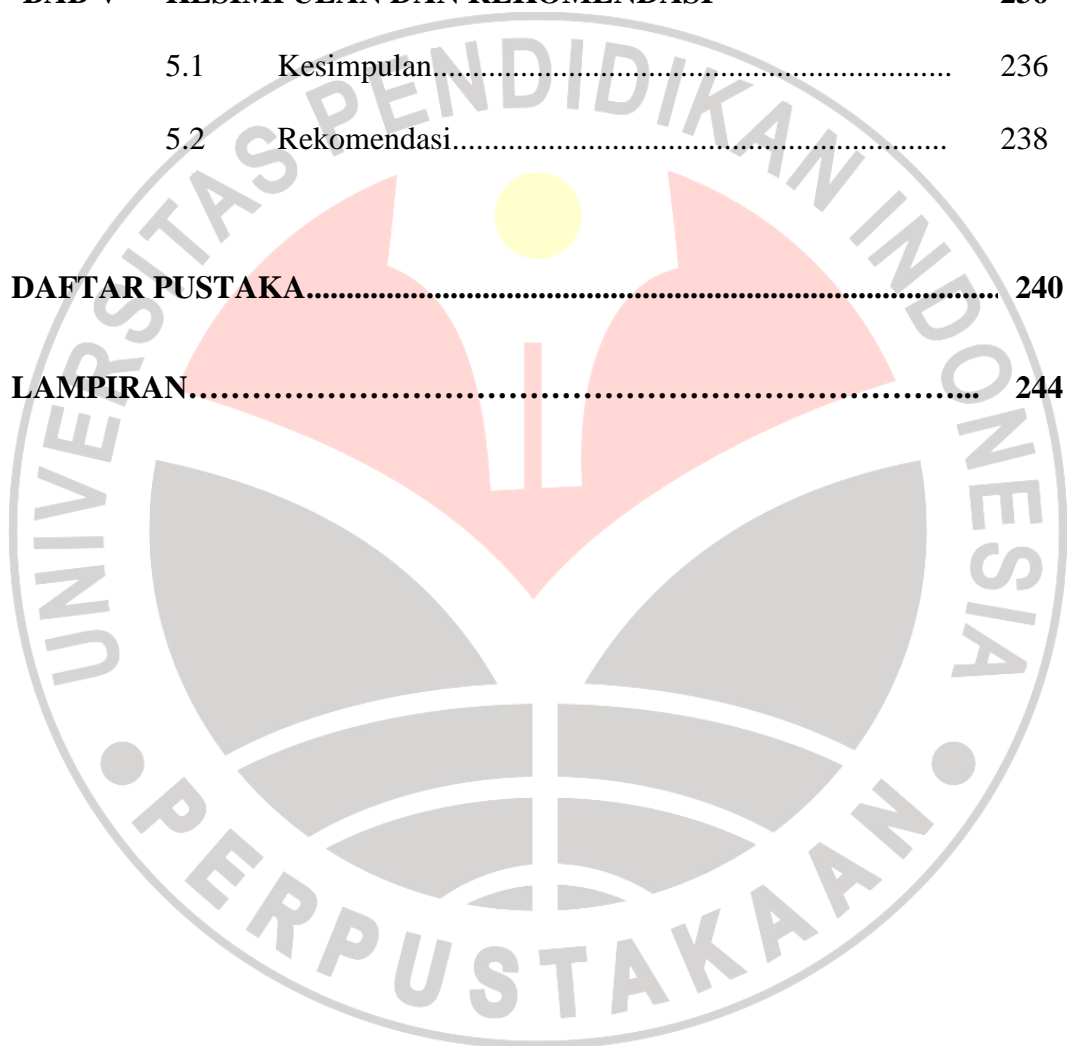
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	27
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	28
2.1.2.3 Klasifikasi Produk.....	28
2.1.2.4 Tipe-tipe Produk.....	30
2.1.2.5 Bauran Produk.....	32
2.1.2.6 Pengertian Variasi Produk.....	33
2.1.2.7 Fungsi Variasi Produk.....	35
2.1.2.8 Dimensi Variasi Produk.....	37
2.1.3 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	40
2.1.3.1 Perilaku Konsumen.....	40
2.1.3.2 Keputusan Pembelian.....	42
2.1.3.3 Peran Konsumen dalam Pembelian.....	43
2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	44
2.1.3.5 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	49
2.1.3.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	52
2.1.4 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	57
2.2 Kerangka Pemikiran	58
2.3 Hipotesis	63

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1	Objek Penelitian	64
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Jenis dan Metode yang Digunakan	64
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	66
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	71
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	72
3.2.4.1	Populasi	72
3.2.4.2	Sampel	73
3.2.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	75
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	76
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	78
3.2.6.1	Pengujian Validitas	78
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	83
3.2.7	Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	85
3.2.7.1	Teknik Analisis Data	85
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Deskriptif	87
3.2.7.3	Analisis Verifikatif.....	87
3.2.7.4	Pengujian Hipotesis	92
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	95
4.1	Profil Perusahaan dan Pembeli <i>Hand & Body Lotion</i>	95
4.1.1	Profil Perusahaan <i>Hand & Body Lotion</i>	95
4.1.1.1	Profil PT Unilever Indonesia Tbk	95

4.1.1.2	Profil PT. Tempo Scan Pacific Tbk.....	97
4.1.1.3	Profil PT. Beiersdorf.....	101
4.1.2	Karakteristik Responden <i>Hand & Body Lotion</i>	103
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	108
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	110
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	113
4.1.3	Pengalaman Responden Pengguna <i>Hand & Body Lotion</i>	116
4.1.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan <i>Hand & Body Lotion</i>	116
4.1.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Pemilihan Merek <i>Hand & Body Lotion</i> yang Digunakan.....	118
4.1.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih <i>Hand & Body Lotion</i>	120
4.1.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran <i>Hand & Body Lotion</i> yang Dipilih.....	122
4.2	Hasil Penelitian.....	124
4.2.1	Gambaran Variasi Produk.....	124
4.2.1.1	Tanggapan Responden terhadap Ukuran <i>hand & body lotion</i>	125

4.2.1.2	Tanggapan Responden terhadap Harga <i>hand & body lotion</i>	139
4.2.1.3	Tanggapan Responden terhadap Tampilan <i>hand & body lotion</i>	151
4.2.1.4	Tanggapan Responden terhadap Bahan-bahan <i>hand & body lotion</i>	160
4.2.2	Gambaran Keputusan Pembelian.....	180
4.2.2.1	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Produk <i>Hand & Body Lotion</i>	180
4.2.2.2	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Merek <i>Hand & Body Lotion</i>	185
4.2.2.3	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Penyalur <i>Hand & Body Lotion</i>	193
4.2.2.4	Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian <i>Hand & Body Lotion</i>	196
4.2.2.5	Tanggapan Responden terhadap Waktu Pembelian <i>Hand & Body Lotion</i>	199
4.3	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	211
4.4	Implikasi Hasil Penelitian.....	227
4.4.1	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	227
4.4.1.1	Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif.....	227

4.4.1.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif.....	229
4.4.2	Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis.....	230
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	236
5.1	Kesimpulan.....	236
5.2	Rekomendasi.....	238
	DAFTAR PUSTAKA.....	240
	LAMPIRAN.....	244



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal
Tabel		
1.1	Produsen <i>hand & body lotion</i> di Indonesia.....	4
1.2	Indeks rata-rata industri kosmetika tahun 2010.....	5
1.3	Pangsa pasar (<i>market share</i>) <i>hand & body lotion</i> tahun 2008-2010	6
1.4	Kinerja merek kategori <i>hand & body lotion</i> tahun 2008-2010.....	8
1.5	Kepuasan konsumen kategori <i>hand & body lotion</i> Tahun 2008-2010.....	10
1.6	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian <i>hand & body lotion</i>	13
1.7	Perbandingan variasi produk beberapa merek <i>hand & body lotion</i>	15
1.8	Penjualan <i>hand & body lotion</i> di Supermarket Plaza Asia Tasikmalaya.....	16
2.1	Tipe-tipe dari produk konsumen.....	31
2.2	Pengertian variasi produk menurut beberapa ahli	33
2.3	Pengertian keputusan pembelian menurut beberapa ahli.....	42
2.4	Orisinalitas penelitian	57
3.1	Operasionalisasi variabel penelitian.....	66
3.2	Jenis dan sumber data.....	71
3.3	Sampel Citra, Vaseline, Marina dan Nivea	75
3.4	Hasil pengujian validitas variabel variasi produk (X).....	81
3.5	Hasil pengujian validitas variabel keputusan pembelian (Y)	82

3.6	Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian	85
3.7	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi	93
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	103
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	105
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	108
4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	111
4.5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	113
4.6	Pengalaman responden berdasarkan lamanya menggunakan <i>hand & body lotion</i>	116
4.7	Pengalaman responden berdasarkan pilihan merek <i>hand & body lotion</i> yang digunakan.....	118
4.8	Pengalaman responden berdasarkan alasan memilih <i>hand & body lotion</i>	120
4.9	Pengalaman responden berdasarkan ukuran <i>hand & body lotion</i> yang dipilih.....	122
4.10	Tanggapan responden terhadap variasi ukuran <i>hand & body lotion</i>	126
4.11	Tanggapan responden terhadap kepraktisan <i>hand & body lotion</i> berukuran kecil (60ml-100).....	129
4.12	Tanggapan responden terhadap kesesuaian ukuran sedang (101ml-200ml) dengan kebutuhan <i>hand & body lotion</i> untuk penggunaan saat ini.....	132
4.13	Tanggapan responden terhadap kesesuaian ukuran besar (201ml-	136

	400ml) dengan kebutuhan <i>hand & body lotion</i> untuk persediaan	
4.14	Tanggapan responden terhadap variasi harga <i>hand & body lotion</i>	139
4.15	Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga yang ditawarkan <i>hand & body lotion</i>	142
4.16	Tanggapan responden terhadap variasi harga berdasarkan ukuran <i>hand & body lotion</i>	145
4.17	Tanggapan responden terhadap variasi harga berdasarkan bahan-bahan <i>hand & body lotion</i>	148
4.18	Tanggapan responden terhadap variasi tampilan <i>hand & body lotion</i>	152
4.19	Tanggapan responden terhadap kejelasan informasi produk dalam kemasan <i>hand & body lotion</i>	155
4.20	Tanggapan responden terhadap daya tarik bentuk kemasan <i>hand & body lotion</i>	158
4.21	Tanggapan responden terhadap variasi bahan-bahan <i>hand & body lotion</i>	161
4.22	Tanggapan responden terhadap kualitas <i>hand & body lotion</i> untuk melembabkan kulit.....	164
4.23	Tanggapan responden terhadap kualitas <i>hand & body lotion</i> untuk memutihkan kulit.....	167
4.24	Tanggapan responden terhadap kualitas <i>hand & body lotion</i> untuk melindungi kulit dari sinar matahari.....	170
4.25	Rekapitulasi skor tanggapan responden mengenai variabel variasi	173

	produk.....	
4.26	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan kualitas produk.....	181
4.27	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan kemasan produk.....	183
4.28	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan ketertarikan terhadap merek.....	186
4.29	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek.....	188
4.30	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan popularitas merek.....	191
4.31	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan kemudahan lokasi pembelian.....	194
4.32	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian berdasarkan banyaknya produk yang dibeli.....	197
4.33	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian dalam menentukan pilihan waktu pembelian disesuaikan dengan kebutuhan.....	200
4.34	Tanggapan responden terhadap pertimbangan pembelian dalam menentukan pilihan waktu pembelian disesuaikan dengan keinginan.....	202
4.35	Rekapitulasi skor tanggapan responden mengenai variabel	205

	keputusan pembelian.....	
4.36	Matriks korelasi antar sub variabel variasi produk dengan keputusan pembelian Citra <i>hand & body lotion</i>	212
4.37	Matriks korelasi antar sub variabel variasi produk dengan keputusan pembelian Vaseline <i>hand & body lotion</i>	213
4.38	Matriks korelasi antar sub variabel variasi produk dengan keputusan pembelian Marina <i>hand & body lotion</i>	213
4.39	Matriks korelasi antar sub variabel variasi produk dengan keputusan pembelian Nivea <i>hand & body lotion</i>	214
4.40	Pengujian hipotesis secara simultan.....	216
4.41	Hasil pengujian koefisien jalur.....	217
4.42	Hasil pengujian koefisien jalur.....	218
4.43	Hasil pengujian koefisien jalur.....	218
4.44	Hasil pengujian koefisien jalur.....	219
4.45	Hasil pengujian koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung variasi produk terhadap keputusan pembelian Citra <i>hand & body lotion</i>	223
4.46	Hasil pengujian koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung variasi produk terhadap keputusan pembelian Vaseline <i>hand & body lotion</i>	224
4.47	Hasil pengujian koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung variasi produk terhadap keputusan pembelian Marina <i>hand & body lotion</i>	225

4.48 Hasil pengujian koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung variasi produk terhadap keputusan pembelian Nivea *hand & body lotion*..... 226



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Pertumbuhan ekonomi indonesia.....	2
1.2	Kondisi persaingan pasar produk atau jasa 2010.....	3
2.1	<i>The Four P Components Of The Marketing Mix</i>	26
2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	45
2.3	Model lima tahap proses pembelian konsumen.....	50
2.4	Langkah-langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian	51
2.5	Model perilaku konsumen.....	52
2.6	Kerangka pemikiran pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian <i>hand & body lotion</i>	62
2.7	Paradigma penelitian pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian <i>hand & body lotion</i>	63
3.1	Struktur hubungan kausal antara X dan Y	88
3.2	Diagram jalur substruktur hipotesis	89
4.1	Keterkaitan jenis kelamin dengan <i>hand & body lotion</i> yang digunakan.....	105
4.2	Keterkaitan usia dengan <i>hand & body lotion</i> yang digunakan	108
4.3	Keterkaitan pengguna <i>hand & body lotion</i> dengan pendidikan terakhir.....	110

4.4	Keterkaitan pekerjaan dengan <i>hand & body lotion</i> yang digunakan.....	113
4.5	Keterkaitan pendapatan dengan <i>hand & body lotion</i> yang digunakan.....	115
4.6	Pengalaman responden berdasarkan lamanya menggunakan <i>hand & body lotion</i>	118
4.7	Pemilihan merek <i>hand & body lotion</i> yang digunakan.....	119
4.8	Pengalaman responden berdasarkan alasan memilih <i>hand & body lotion</i>	122
4.9	Pengalaman responden berdasarkan ukuran <i>hand & body lotion</i> yang dipilih.....	124
4.10	Diagram jalur hipotesis	212
4.11	Struktur kausal dimensi variasi produk dan keputusan pembelian Citra <i>hand & body lotion</i>	220
4.12	Struktur kausal dimensi variasi produk dan keputusan pembelian Vaseline <i>hand & body lotion</i>	220
4.13	Struktur kausal dimensi variasi produk dan keputusan pembelian Marina <i>hand & body lotion</i>	221
4.14	Struktur kausal dimensi variasi produk dan keputusan pembelian Nivea <i>hand & body lotion</i>	222

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran
1	Daftar Riwayat Hidup
2	Instrumen Penelitian (Angket)
3	Koding Karakteristik dan Pengalaman Responden
4	Koding Interval Variabel X (Variasi Produk) Citra <i>Hand & Body Lotion</i>
5	Koding Interval Variabel X (Variasi Produk) Vaseline <i>Hand & Body Lotion</i>
6	Koding Interval Variabel X (Variasi Produk) Marina <i>Hand & Body Lotion</i>
7	Koding Interval Variabel X (Variasi Produk) Nivea <i>Hand & Body Lotion</i>
8	Koding Interval Variabel Y (Keputusan Pembelian) Citra <i>Hand & Body Lotion</i>
9	Koding Interval Variabel Y (Keputusan Pembelian) Vaseline <i>Hand & Body Lotion</i>
10	Koding Interval Variabel Y (Keputusan Pembelian) Marina <i>Hand & Body Lotion</i>
11	Koding Interval Variabel Y (Keputusan Pembelian) Nivea <i>Hand & Body Lotion</i>
12	Koding Validitas Variasi Produk dan Keputusan Pembelian
13	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
14	Hasil Uji <i>Path Analisis</i> Citra <i>hand & body lotion</i>
15	Hasil Uji <i>Path Analisis</i> Vaseline <i>hand & body lotion</i>
16	Hasil Uji <i>Path Analisis</i> Marina <i>hand & body lotion</i>
17	Hasil Uji <i>Path Analisis</i> Nivea <i>hand & body lotion</i>