

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Konsep Produk	16
2.1.3.1 Pengertian Produk	16

2.1.3.2 Atribut Produk.....	17
2.1.3.2.1 Definisi Atribut Produk.....	17
2.1.3.2.2 Pentingnya Atribut Produk.....	18
2.1.4 Komponen Atribut Produk.....	20
2.1.5 Konsep Harga.....	23
2.1.5.1 Pengertian Harga.....	23
2.1.5.2 Penetapan Harga.....	25
2.1.5.3 Bentuk-Bentuk Strategi Penetapan Harga.....	26
2.1.6 Penetrasi Harga.....	33
2.1.6.1 Pengertian Penetrasi Harga.....	33
2.1.6.2 Tujuan Penetrasi Harga.....	35
2.1.6.3 Bentuk-Bentuk Penetrasi Harga.....	35
2.1.7 Konsep Keputusan Pembelian.....	36
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
2.1.7.2 Model Perilaku Pembeli.....	37
2.1.7.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	38
2.1.7.4 Proses Pengambilan Keputusan.....	39
2.1.7.5 Peran Konsumen Dalam Membeli.....	47
2.1.7.6 Jenis-Jenis Tingkah Laku Pembelian.....	48
2.1.8 Pengaruh Fitur Produk dan Penetrasi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	49
2.1.9 Resume Hasil Penelitian Pendahuluan.....	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Hipotesis.....	60

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	62
3.2 Metode Penelitian	62
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	62
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	64
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	68
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	69
3.2.4.1 Populasi.....	69
3.2.4.2 Sampel	71
3.2.4.3 Teknik Sampling	72
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.2.6.1 Hasil Pegujian Validitas.....	75
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	80
3.3.1 Teknik Analisis Data	80
3.3.1.1 Analisis Deskriptif.....	81
3.3.1.2 Analisis Verifikatif (<i>Path Analysis</i>).....	82
3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis	96

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	98
4.1.1 Profil Axioo International	98
4.1.1.1 Slogan Axioo.....	98

4.1.1.2	Visi Axioo International.....	99
4.1.1.3	Logo Axioo International	99
4.1.2	Profil PT. Zyrexindo Mandiri Buana.....	100
4.1.2.1	Logo Zyrex.....	100
4.1.2.2	Visi dan Misi Zyrex.....	101
4.1.2.3	Kapasitas Produksi	101
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	103
4.2.1	Karakteristik Responden.....	103
4.2.2	Pengalaman Responden	108
4.3	Gambaran Variabel Penelitian	113
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk <i>Classmate PC</i> Axioo dan Zyrex di BEC	113
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Penetrasi Harga <i>Classmate PC</i> Axioo dan Zyrex di BEC.....	128
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian <i>Classmate PC</i> Axioo dan Zyrex di BEC	144
4.4	Pengujian Hipotesis	161
4.4.1	Pengaruh Fitur Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	162
4.4.2	Pengaruh Penetrasi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	171
4.4.3	Pengaruh Fitur Produk dan Penetrasi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	179
4.5	Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	186
4.5.1	Pembahasan Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk.....	186
4.5.2	Pembahasan Tanggapan Responden Terhadap Penetrasi Harga	187
4.5.3	Pembahasan Tanggapan Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	189

4.5.4 Pembahasan Pengaruh Fitur Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	192
4.5.5 Pembahasan Pengaruh Penetrasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	194
4.5.6 Pembahasan Pengaruh Fitur Produk dan Penetrasi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	195
4.6 Impilkasi Hasil Penelitian	197
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	197
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	200
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	202
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan.....	206
5.2. Rekomendasi.....	208
DAFTAR PUSTAKA.....	210
LAMPIRAN-LAMPIRA	