

## 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> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Custom Design</i> .....	12
2.1.1.1 Dimensi <i>Custom Design (custom cymbal)</i> .....	15
2.1.1.2 Tahapan Proses <i>Custom Design</i> .....	16
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2.1 Tahapan antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	18
2.1.2.2 Struktur Keputusan Pembelian .....	19
2.1.2.3 Jenis Perilaku Pembelian .....	20
2.1.2.4 Model Stimulasi AIDA .....	22

2.1.2.5 Tahap-Tahapan Model Stimulasi AIDA.....	24
2.1.3 Konsep Pengaruh <i>Custom Design</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis.....	35

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	38
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.4 Populasi, Sampel dan teknik sampling.....	43
3.2.4.1 Populasi.....	43
3.2.4.2 Sampel.....	44
3.2.4.3 Teknik sampling.....	45
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.2.6.1 Hasil Uji Validitas.....	49
3.2.6.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
3.2.7 Teknik Analisa Data.....	57
3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif.....	58
3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif ( <i>Path Analysis</i> )....	59
3.2.7.3 Rancangan Uji Hipotesis.....	64

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Perusahaan dan Konsumen Zildjian Drum <i>Cymbal</i> .....	66
4.1.1 Profil dan Produk Perusahaan.....	66
4.1.2 Profil Konsumen Dilihat dari Karakteristik Demografi dan Pengalaman.....	69

4.1.2.1 Alasan Memilih Cymbal Zildjian .....	70
4.1.2.2 Keterkaitan Alasan Memilih Cymbal Zildjian dengan Usia dan Jenis Kelamin Konsumen .....	72
4.1.2.3 Keterkaitan Alasan Memilih Cymbal Zildjian dengan Status Marital.....	74
4.1.2.4 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Pendidikan Terakhir.....	76
4.1.2.5 Merek Cymbal Drum Yang Pernah Dibeli .....	78
4.1.2.6 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Merek <i>Cymbal</i> Drum Yang Pernah Dibeli	80
4.1.2.7 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Sumber Informasi <i>Cymbal</i> Zildjian .....	82
4.2 <i>Custom Design</i> Pada Produk Zildjian Drum <i>Cymbal</i> .....	84
4.2.1 Sikap Konsumen Terhadap Bentuk Cymbal dari Merek Zildjian .....	84
4.2.2 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Bentuk Cymbal dari Merek Zildjian .....	87
4.2.3 Sikap Konsumen Terhadap Suara Cymbal Drum dari Merek Zildjian.....	88
4.2.4 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Suara Cymbal Drum dari Merek Zildjian .....	90
4.2.5 Rekapitulasi Konsumen terhadap <i>Custom Design</i> di Gerai Tiga Negeri dan Gerai Nada .....	91
4.3 Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zildjian Drum Cymbal .....	92
4.3.1 Keterkaitan Alasan Memilih <i>Cymbal</i> Zildjian dengan Keputusan Pembelian Pada Zildjian Drum Cymbal .....	95
4.3.2 Rekapitulasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Zildjian <i>Cymbal</i> Drum.....	96
4.4 Pengaruh <i>Custom Design</i> Terhadap Keputusan Pembelian Zildjian <i>Cymbal</i> Drum.....	99
4.5 Pengaruh Suara Cymbal Drum Terhadap Keputusan Pembelian Zildjian Cymbal Drum .....	100

4.6	Pengaruh Custom Design Terhadap Keputusan Pembelian Zildjian Drum Cymbal .....	102
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	106
4.7.1	Temuan yang Bersifat Teoritik.....	106
4.7.2	Temuan yang Bersifat Empirik .....	107
4.8	Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis ...	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>		
5.1	Kesimpulan .....	113
5.2	Rekomendasi.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		115
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>		

