

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTES ...	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	17
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.2 Produk, Bauran Produk dan Produk <i>Life Cycle</i>	23
2.1.2.1 Pengertian Produk	23
2.1.2.2 Tingkatan Produk	25
2.1.2.3 Klasifikasi Produk.....	26

2.1.2.4 Tipe-tipe Produk.....	28
2.1.2.5 Bauran Produk.....	29
2.1.2.6 Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	31
2.1.3 Diversifikasi Produk	35
2.1.3.1 Definisi Diversifikasi Produk.....	35
2.1.3.2 Jenis dan Tujuan Diversifikasi Produk	35
2.1.3.3 Dimensi Diversifikasi Produk.....	38
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	40
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	40
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	41
2.1.4.3 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	45
2.1.4.4 Model Pengambilan Keputusan Pembelian	47
2.1.5 Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.1.6 Orisinalitas Penelitian	55
2.2 Kerangka Pemikiran.....	57
2.3 Hipotesis.....	62
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Objek Penelitian	63
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	65
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	68
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	70

3.2.4.1 Populasi.....	70
3.2.4.2 Sampel.....	70
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampling	72
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	75
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	80
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	82
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	83
3.2.7.2 Analisis Verifikatif menggunakan Regresi Linier Sederhana	84
3.2.7.3 Rancangan Uji Hipotesis	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1 Profil Perusahaan dan Pembeli Mie Instant Supermi	91
4.1.1 Profil Perusahaan	91
4.1.1.1 Visi, Misi dan Identitas Perusahaan	94
4.1.1.2 Produk yang Ditawarkan PT. Indofood Sukses Makmur.....	96
4.1.1.3 Produk Mie Instant Supermi.....	97
4.1.2 Karakteristik Responden Mie Instant Supermi.....	100
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	102
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	103
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	104

4.1.3 Pengalaman Responden Kopi Nescafe	105
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi Mie Instant Supermi.....	105
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Mie Instant Supermi yang Dikonsumsi.....	106
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Mengonsumsi Mie Instant Lain	107
4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih Mie Instant Supermi	108
4.1.3.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Mie Instant Supermi	110
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Diversifikasi Produk.....	111
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Produk.....	112
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan.....	115
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran.....	119
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas	122
4.2.5 Gambaran Diversifikasi Produk	126
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	128
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk.....	129
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek.....	132
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur	135
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	139
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian	143

4.3.6 Gambaran Keputusan Pembelian.....	146
4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	148
4.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	151
4.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	154
4.4.3 Koefisien Determinasi	155
4.4.4 Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	155
4.5 Implikasi Hasil Penelitian	158
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif	158
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif.....	159
4.5.3 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	159
4.6 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan	160
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	165
5.1 Kesimpulan	165
5.2 Rekomendasi.....	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN	171