

## 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> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN           HIPOTESIS</b>	
2.1 Konsep Pemasaran .....	10
2.2 Bauran Produk .....	14
2.2.1 Atribut Produk.....	18
2.2.2 Merek.....	23
2.2.3 Kemasan .....	28
2.2.4 Label.....	32
2.3 Keputusan Pembelian .....	32
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
2.3.2 Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	34

2.4 Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.5 Kerangka Pemikiran .....	46
2.6 Hipotesis .....	54

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

3.1 Objek Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian .....	56
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	57
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	62
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	63
3.2.4.1. Populasi .....	63
3.2.4.2. Sampel .....	65
3.2.4.3. Teknik Sampling .....	68
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.2.6 Skala Pengukuran Variabel .....	70
3.2.7 Validitas dan Reliabilitas .....	71
3.2.7.1 Validitas .....	71
3.2.7.2 Reliabilitas .....	73
3.2.8 Teknik Analisis Data .....	75

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

4.1. Gambaran Umum Pfizer .....	83
4.1.1 Profil Perusahaan .....	83
4.1.2 Tujuan Perusahaan .....	84
4.1.3 Produk Pfizer .....	86
4.1.4 Program Pemasaran Pfizer di Indonesia .....	87
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman Terhadap Produk Mylanta .....	88
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin....	88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Pekerjaan .....	90
4.2.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Taraf Penyakit yang diderita .....	91
4.2.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Produk Mylanta Yang Sering Digunakan.....	92
4.2.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Alternatif Penggunaan Obat Maag Lain.....	93
4.2.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Obat Maag Lain.....	94
4.3 Gambaran Variabel Penelitian.....	95
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Bauran Produk.....	95
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas	96
1). Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Berdasarkan Khasiat yang Dirasakan.....	97
2). Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Berdasarkan Mutu yang Didapat.....	98
3). Tanggapan Resonden Terhadap Kualitas Produk Berdasarkan Daya Tahan Kerja obat.....	99
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk.....	99
1). Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk Berdasarkan Rasa Obat.....	100
2). Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk Berdasarkan Tingkat Kemudahan Penggunaan Obat...	101
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Produk.....	102
1). Tanggapan Responden Terhadap Gaya Produk Berdasarkan Daya Tarik Penampilan Obat.....	102
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk.....	103
1). Tanggapan Responden Terhadap Variasi Bentuk Produk.....	104
2). Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Logo	

Produk.....	105
4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Merek Produk.....	106
1). Tanggapan Responden Terhadap merek produk	
Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Merek.....	106
2). Tanggapan Responden Terhadap Merek Produk	
Berdasarkan Tingkat Ketertarikan merek.....	107
3). Tanggapan Responden Terhadap Merek Produk	
Berdasarkan Tingkat Kemudahan Mengingat Merek...	109
4.3.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk.....	110
1). Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk	
Berdasarkan Tingkat Variasi Kemasan.....	110
2). Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk	
Berdasarkan Daya Tahan Kemasan.....	111
3). Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk	
Berdasarkan Tingkat Manfaat Kemasan .....	112
4). Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk	
Berdasarkan Daya Tarik Warna Kemasan.....	113
4.3.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Label.....	114
1). Tanggapan Responden Terhadap Label Produk	
Berdasarkan Ketersediaan Informasi Produk.....	115
2). Tanggapan Responden Terhadap Label Produk	
Berdasarkan Daya Tarik Gambar.....	116
3). Tanggapan Responden Terhadap Label Produk	
Berdasarkan Daya Tarik Warna Label.....	117
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek.....	124
1). Tingkat Keinginan Membeli Obat Maag Merek	
Mylanta.....	124
2). Tingkat Kepercayaan Terhadap Merek Mylanta.....	125
3). Tingkat Penilaian Citra Merek Mylanta.....	127
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk .....	128

1). Tingkat Keragaman varian Produk Mylanta.....	128
2). Tingkat Penilaian Kualitas Mylanta.....	130
3). Tingkat Harga Jual Mylanta.....	131
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian.....	132
1). Tingkat Intensitas Pembelian Obat Maag Mylanta.....	133
2). Tingkat Keteraturan Pembelian Obat Maag Mylanta.....	134
4.3.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian....	135
1). Tingkat Kuantitas Pembelian Obat Maag Mylanta.....	135
4.3.2.5 Tanggapan Respoden Terhadap Saluran Pembelian.....	137
1). Tingkat Kemudahan Lokasi Pembelian.....	137
2). Tanggapan Responden Tentang Persepsi Lokasi Pembelian.....	138
4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	140
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Maag Mylanta.....	140
4.5 Rangkuman Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	145
4.6 Pembahasan Penelitian.....	145
4.6.1 Pembahasan Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	145
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Rekomendasi .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>152</b>