

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.1.1.2 Komponen Bauran Pemasaran	14
2.1.2 Produk	15
2.1.2.1 Tingkatan Produk	18

2.1.2.2 Hirarki Produk.....	19
2.1.2.3 Klasifikasi Produk	19
2.1.3 Kualitas Produk	20
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.1.3.2 Perspektif Terhadap Kualitas Produk.....	22
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk Barang	23
2.1.4 Kemasan Produk	24
2.1.4.1 Pengertian Kemasan	24
2.1.4.2 Syarat-syarat Kemasan	24
2.1.4.3 Peranan Kemasan	25
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	25
2.1.5.2 Model Perilaku Konsumen	26
2.1.5.3 Faktor-faktor Yang Dapat Mempengaruhi Perilaku Pembelian	28
2.1.5.4 Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6 Pengaruh Kualitas dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis.....	48

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	51

3.2.3 Jenis dan Sumber Data	55
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	56
3.2.4.1 Populasi.....	56
3.2.4.2 Sampel	57
3.2.4.3 Teknik Sampling	59
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.2.6 Validitas, Reliabilitas dan Hasil Pengujian	62
3.2.6.1 Pengujian Validitas	62
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	65
3.3 Rancangan Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	68
3.3.1 Rancangan Analisis Deskriptif	68
3.3.2 Pengujian Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Industri/Perusahaan.....	74
4.1.1 Sejarah Singkat PT. KAO	74
4.1.2 Profil Produk.....	76
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman	76
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman	82
4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	87
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk Deterjen Bubuk Attack.....	88
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kemasan Produk Deterjen Bubuk Attack.....	95

4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian Produk Deterjen Bubuk Attack.....	102
4.3.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	108
4.4 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Rekomendasi.....	130
 DAFTAR PUSTAKA.....	 xvii

DAFTAR TABEL

NO	JUDUL	HAL
TABEL 1.1	KATEGORI DETERJEN MENURUT JENISNYA.....	1
TABEL 1.2	KATEGORI DETERJEN BUBUK	2
TABEL 1.3	PETA PERSAINGAN PRODUK KATEGORI DETERJEN BUBUK	3
TABEL 1.4	PANGSA PASAR DETERJEN BUBUK.....	4
TABEL 1.5	<i>PACKAGING CONSUMER BRANDING AWARD 2005</i>	6
TABEL 3.3	OPERASIONALISASI VARIABEL.....	52
TABEL 3.4	JENIS DAN SUMBER DATA	56
TABEL 3.5	DAFTAR POPULASI	57
TABEL 3.6	DAFTAR PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL	61
TABEL 3.7	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS X1 (KUALITAS PRODUK) ..	64
TABEL 3.8	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS X2 (KEMASAN)	64
TABEL 3.9	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN).....	65
TABEL 3.10	HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS.....	67
TABEL 4.1	<i>COMPANY OUTLINE</i>	75
TABEL 4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	76
TABEL 4.3	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN.....	78
TABEL 4.4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	79
TABEL 4.5	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN	

	PENGHASILAN	80
TABEL 4.6	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH ANGGOTA KELUARGA	81
TABEL 4.7	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN SUMBER INFORMASI MENGENAI DETERJEN BUBUK ATTACK	82
TABEL 4.8	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN PERIODE WAKTU MENGGUNAKAN DETERJEN BUBUK ATTACK	83
TABEL 4.9	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN MENGGUNAKAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	84
TABEL 4.10	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN KEBIASAAN PENGGUNAAN UKURAN KEMASAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	85
TABEL 4.11	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN PENGGUNAAN DETERJEN BUBUK MEREK LAIN SELAIN DETERJEN BUBUK ATTACK	86
TABEL 4.12	KRITERIA INTERPRETASI SKOR	88
TABEL 4.13	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KINERJA DETERJEN BUBUK ATTACK.....	88
TABEL 4.14	SKOR IDEAL DIMENSI KINERJA.....	89
TABEL 4.15	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP FITUR DETERJEN BUBUK ATTACK.....	90
TABEL 4.16	SKOR IDEAL DIMENSI FITUR	91
TABEL 4.17	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ESTETIKA DETERJEN BUBUK ATTACK.....	92
TABEL 4.18	SKOR IDEAL DIMENSI ESTETIKA	92

TABEL 4.19	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP <i>PERCEIVED QUALITY</i> DETERJEN BUBUK ATTACK.....	93
TABEL 4.20	SKOR IDEAL DIMENSI <i>PERCEIVED QUALITY</i>	94
TABEL 4.21	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP UKURAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	95
TABEL 4.22	SKOR IDEAL DIMENSI UKURAN.....	96
TABEL 4.23	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP BENTUK DETERJEN BUBUK ATTACK.....	96
TABEL 4.24	SKOR IDEAL DIMENSI BENTUK	97
TABEL 4.25	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP BAHAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	98
TABEL 4.26	SKOR IDEAL DIMENSI BAHAN	98
TABEL 4.27	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP WARNA DETERJEN BUBUK ATTACK.....	99
TABEL 4.28	SKOR IDEAL DIMENSI WARNA	99
TABEL 4.29	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP GAMBAR DETERJEN BUBUK ATTACK.....	100
TABEL 4.30	SKOR IDEAL DIMENSI GAMBAR	100
TABEL 4.31	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP LABEL DETERJEN BUBUK ATTACK.....	101
TABEL 4.32	SKOR IDEAL DIMENSI LABEL.....	101
TABEL 4.33	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PEMILIHAN PRODUK DETERJEN BUBUK ATTACK.....	102
TABEL 4.34	SKOR IDEAL DIMENSI PEMILIHAN PRODUK	103
TABEL 4.35	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PEMILIHAN	

	MEREK DETERJEN BUBUK ATTACK	104
TABEL 4.36	SKOR IDEAL DIMENSI PEMILIHAN MEREK	104
TABEL 4.37	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PEMILIHAN SALURAN PEMBELIAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	105
TABEL 4.38	SKOR IDEAL DIMENSI PEMILIHAN SALURAN PEMBELIAN	105
TABEL 4.39	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PEMILIHAN WAKTU PEMBELIAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	106
TABEL 4.40	SKOR IDEAL DIMENSI PEMILIHAN WAKTU PEMBELIAN...	106
TABEL 4.41	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP JUMLAH PEMBELIAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	107
TABEL 4.42	SKOR IDEAL DIMENSI JUMLAH PEMBELIAN	107
TABEL 4.43	SKOR IDEAL GAMBARAN VARIABEL PENELITIAN	108
TABEL 4.44	<i>DESCRIPTIVE STATISTICS</i>	111
TABEL 4.45	<i>CORRELATIONS</i>	112
TABEL 4.46	<i>MODEL SUMMARY(B)</i>	113
TABEL 4.47	<i>ANOVA</i>	114
TABEL 4.48	<i>COEFFICIENT</i>	116
TABEL 4.49	<i>RESIDUAL STATISTICS</i>	117

DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL	HAL
GAMBAR 1.1	ALASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK	5
GAMBAR 2.1	PENGERTIAN PRODUK	17
GAMBAR 2.2	THREE LEVEL PRODUCT	18
GAMBAR 2.3	MODEL PERILAKU KONSUMEN	26
GAMBAR 2.4	MODEL LIMA TAHAP PROSES PEMBELIAN	31
GAMBAR 2.5	TAHAPAN ANTARA EVALUASI ALTERNATIF DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	34
GAMBAR 2.6	MODEL PERILAKU PEMBELI	35
GAMBAR 2.7	EMPAT JENIS PERILAKU PEMBELIAN.....	36
GAMBAR 2.8	<i>THE FOUR PS THE MARKETING MIX LOGISTIC</i>	40
GAMBAR 2.9	LAPISAN PRODUK	42
GAMBAR 2.10	MODEL PERILAKU PEMBELI	45
GAMBAR 2.11	KERANGKA PEMIKIRAN	47
GAMBAR 2.12	PARADIGMA PENELITIAN	48
GAMBAR 3.1	TAHAPAN <i>CLUSTER SAMPLING</i>	60
GAMBAR 4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA ..	78
GAMBAR 4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN.....	79
GAMBAR 4.3	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	80
GAMBAR 4.4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN	81

GAMBAR 4.5	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH ANGGOTA KELUARGA.....	82
GAMBAR 4.6	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN SUMBER INFORMASI MENGENAI DETERJEN BUBUK ATTACK	83
GAMBAR 4.7	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN PERIODE WAKTU MENGGUNAKAN DETERJEN BUBUK ATTACK	84
GAMBAR 4.8	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN MENGGUNAKAN DETERJEN BUBUK ATTACK	85
GAMBAR 4.9	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN KEBIASAAN PENGGUNAAN UKURAN KEMASAN DETERJEN BUBUK ATTACK.....	86
GAMBAR 4.10	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN PENGGUNAAN DETERJEN BUBUK MEREK LAIN SELAIN DETERJEN BUBUK ATTACK	87
GAMBAR 4.11	<i>PARTIAL REGRESSION PLOTS X1Y</i>	117
GAMBAR 4.12	<i>PARTIAL REGRESSION PLOTS X2Y</i>	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN 2	DATA KARAKTERISTIK DAN PENGALAMAN RESPONDEN
LAMPIRAN 3	DATA ORDINAL KUALITAS PRODUK
LAMPIRAN 4	DATA ORDINAL KEMASAN
LAMPIRAN 5	DATA ORDINAL KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPIRAN 6	DATA INTERVAL KUALITAS PRODUK
LAMPIRAN 7	DATA INTERVAL KEMASAN
LAMPIRAN 8	DATA INTERVAL KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPIRAN 9	TABEL PENOLONG REGRESI
LAMPIRAN 10	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL PENELITIAN
LAMPIRAN 11	HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS (UJI REGRESI BERGANDA)
LAMPIRAN 12	DATA INTERPOLASI
LAMPIRAN 13	DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN 14	JADWAL BIMBINGAN