

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
1.3.2.1. Kegunaan Ilmiah	13
1.3.2.2. Kegunaan Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. Bauran Pemasaran	14
2.1.2. Produk	16
2.1.2.1. Pengertian Produk	16
2.1.2.2. Klasifikasi Produk	17
2.1.3. Atribut Produk	18
2.1.3.1. Pengertian Atribut Produk	18
2.1.3.2. Dimensi Atribut Produk	19
2.1.4. Harga	23
2.1.4.1. Pengertian Harga	23
2.1.4.2. Peranan Harga	24
2.1.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Harga ...	24

2.1.5. Persepsi Harga	25
2.1.5.1. Pengertian Persepsi Harga	26
2.1.5.2. Dimensi Persepsi Harga	26
2.1.6. Perilaku Konsumen	30
2.1.6.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	31
2.1.6.2. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	33
2.1.1. Keputusan Pembelian	35
2.1.2. Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	38
2.2. Kerangka Pemikiran	39
2.3. Hipotesis	44
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	45
3.1. Objek Penelitian	45
3.2. Metode dan Desain Penelitian	46
3.1.1. Metode Penelitian	46
3.1.2. Desain Penelitian	47
3.3. Operasionalisasi Variabel	47
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1. Sumber Data Penelitian	50
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	52
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	53
3.5.1. Populasi	53
3.5.2. Sampel	54
3.5.3. Teknik Penarikan Sampel	56
3.6. Rancangan Analisis Data	57
3.6.1. Uji Validitas dan Reabilitas	57
3.6.1.1. Uji Validitas	57
3.6.1.2. Uji Reabilitas	59
3.6.2. Teknik Analisis Data	61
3.6.2.1. Analisis Korelasi	63
3.6.2.2. Regresi Ganda	65
3.6.3. Rancangan Uji Hipotesis	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Hasil Penelitian	70
4.1.1. Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan	70
4.1.1.1. Nissan Motor Co., Ltd	70
4.1.1.2. Struktur Organisasi Nissan Motor Co., Ltd	72
4.1.1.3. Visi dan Misi Nissan	72
4.1.1.4. Nissan Motor Indonesia	73
4.1.1.5. Strategi dan Program pemasaran Nissan	75
4.1.1.6. Produk-produk Nissan Motor., Ltd	77
4.1.1.7. Harga-harga Mobil Nissan	78
4.1.2. Karakteristik Responden	79
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	80
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.	82
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan	82
4.1.3. Pengalaman Responden	83
4.1.3.1. Pengalaman Responden Berdasarkan Lama penggunaan Mobil Nissan X-Trail	83
4.1.3.2. Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Memilih Mobil Nissan X-Trail	84
4.1.3.3. Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Memiliki Mobil Nissan X-Trail di Waktu Sebelumnya	85
4.1.3.4. Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Memiliki Mobil Jenis SUV (<i>Sport Utility Vehicle</i>)	85
4.1.4. Deskripsi Variabel Penelitian	86
4.1.4.1. Gambaran Atribut Produk Mobil Nissan X-Trail	86
1) Keragaman Produk	86
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Variasi	

Tipe Mobil Nissan X-Trail	87
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Variasi Kapasitas Mesin (cc) Nissan X-Trail	88
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kombinasi dan Pilihan Warna Mobil Nissan X-Trail	89
2) Kualitas Produk	91
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tahan Mobil Nissan X-Trail	91
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Akselerasi Mobil Nissan X-Trail	92
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Pengoperasian Mobil Nissan X-Trail	93
d. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Mobil Nissan X-Trail Untuk Diperbaiki	94
e. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keamanan dan Kenyamanan Mobil Nissan X-Trail	95
3) Desain Produk	97
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keunikan Desain Mobil Nissan X-Trail	97
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keindahan <i>Exterior</i> dan <i>Interior</i> Mobil Nissan X-Trail	98
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat <i>Aerodinamis</i> Mobil Nissan X-Trail	99
4) Fitur yang Dimiliki	101
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kelengkapan Fitur yang Dimiliki Mobil Nissan X-Trail	102
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kualitas fitur yang Dimiliki Mobil Nissan X-Trail ...	103
5) Nama Merek	105
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat	

Kemudahan Mengingat Nama Merek Mobil Nissan X-Trail	105
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penilaian Citra Merek Mobil Nissan X-Trail	106
6) Pelayanan	108
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keramahan dan Kesopanan Pegawai Dealer Mobil Nissan	108
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kecakapan Pegawai Dealer Mobil Nissan	109
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Ketersediaan Suku Cadang Mobil Nissan X-Trail..	110
4.1.4.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Mobil Nissan X-Trail	112
4.1.4.3. Gambaran Persepsi Harga Mobil Nissan X-Trail	113
1) Persepsi Kualitas	113
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Citra Merek Mobil Nissan X-Trail	114
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Citra Dealer Mobil Nissan X-Trail	115
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Terhadap <i>After Sale Service</i> yang Diberikan Oleh Nissan	116
d. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Terhadap Negara Pembuat Mobil Nissan X-Trail	117
2) Persepsi Biaya yang Dikeluarkan	119
a. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kewajaran Harga Mobil Mobil Nissan X-Trail	120
b. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesesuaian Harga Mobil Berdasarkan Nama Merek Nissan X-Trail	121
c. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesesuaian Harga Mobil Nissan X-Trail Berdasarkan Fungsi Mobil	122

d. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Biaya Pajak yang dikenakan Untuk Mobil Nissan X-Trail	123
4.1.4.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga Mobil Nissan X-Trail	125
4.1.4.5. Gambaran Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail..	127
1) Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Kategori Mobil SUV.....	127
2) Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Merek Nissan X-Trail	128
3) Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Dealer Nissan	129
4) Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penentuan Waktu Pembelian Nissan X-Trail	130
5) Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keragaman kemudahan Metode Pembayaran yang Diberikan Dealer Mobil Nissan	131
4.1.4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail	132
4.2. Hasil Pengujian	136
4.2.1. Kriteria pengambilan Keputusan	136
4.2.2. Analisis Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi	137
4.2.3. Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	138
4.2.4. Analisis Regresi Ganda Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	139
4.3. Pembahasan Hasil Pengujian	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	149
Kesimpulan	149
Saran	150
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1. Penjualan Mobil di Indonesia Berdasarkan Tipe Periode 2006-2007 (Unit)	9 3
1.2. Penjualan Mobil SUV kelas 2000-2500 cc di Indonesia	4
1.3. Hasil Survei Pra Penelitian	7
1.4. Daftar Harga mobil SUV kelas 2000-2500 cc (tipe standard) Wilayah Jabodetabek	9
3.1. Operasional Variabel Penelitian	48
3.2. Jenis dan Sumber Data	51
3.3. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	58
3.4. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	61
3.5. Tabel Guilford	65
4.1. Daftar Harga Produk Nissan	78
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	82
4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan	82
4.7. Pengalaman Responden Berdasarkan Lama penggunaan Mobil Nissan X-Trail	83
4.8. Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama	84
4.9. Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Memiliki Mobil Nissan X-Trail di Waktu Sebelumnya	85
4.10. Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Memiliki Mobil Jenis SUV (Sport Utility Vehicle) di Waktu Sebelumnya	85
4.11. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Variasi Tipe Mobil Nissan X-Trail	87
4.12. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Variasi Kapasitas Mesin (cc) Nissan X-Trail	88
4.13. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kombinasi dan Pilihan Warna Mobil Nissan X-Trail	89

4.14.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keragaman Produk Mobil Nissan X-Trail	89
4.15.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tahan Mobil Nissan X-Trail	91
4.16.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Akselerasi Mobil Nissan X-Trail	92
4.17.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Pengoperasian Mobil Nissan X-Trail	93
4.18.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Mobil Nissan X-Trail	94
4.19.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keamanan dan Kenyamanan Mobil Nissan X-Trail	95
4.20.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk Mobil Nissan X-Trail	96
4.21.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keunikan Desain Mobil Nissan X-Trail	97
4.22.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keindahan <i>Exterior</i> dan <i>Interior</i> Mobil Nissan X-Trail	98
4.23.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat <i>Aerodinamis</i> Mobil Nissan X-Trail	99
4.24.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Desain Produk Mobil Nissan X-Trail	100
4.25.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kelengkapan Fitur yang Dimiliki Mobil Nissan X-Trail	102
4.26.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kualitas fitur yang Dimiliki Mobil Nissan X-Trail	103
4.27.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Fitur yang Dimiliki Produk Mobil Nissan X-Trail	104
4.28.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Mengingat Nama Merek Mobil Nissan X-Trail	105
4.29.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penilaian Citra Merek Mobil Nissan X-Trail	106

4.30.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Nama Merek Produk Mobil Nissan X-Trail	107
4.31.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keramahan dan Kesopanan Pegawai Dealer Mobil Nissan	108
4.32.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kecakapan Pegawai Dealer Mobil Nissan	109
4.33.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Ketersediaan Suku Cadang Mobil Nissan X-Trail	110
4.34.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pelayanan Dealer Mobil Nissan	111
4.35.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Mobil Nissan X-Trail	112
4.36.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Citra Merek Mobil Nissan X-Trail	114
4.37.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Citra Dealer Mobil Nissan X-Trail	115
4.38.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Terhadap After Sale Service yang Diberikan Oleh Nissan	116
4.39.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Persepsi Terhadap Negara Pembuat Mobil Nissan X-Trail	117
4.40.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Persepsi Kualitas Mobil Nissan X-Trail	118
4.41.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kewajaran Harga Mobil Mobil Nissan X-Trail	120
4.42.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesesuaian Harga Mobil Berdasarkan Nama Merek Nissan X-Trail	121
4.43.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesesuaian Harga Mobil Nissan X-Trail Berdasarkan Fungsi Mobil	122
4.44.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Biaya Pajak yang Dikenakan Untuk Mobil Nissan X-Trail	123
4.45.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Persepsi Biaya yang Dikeluarkan Untuk Mobil Nissan X-Trail	124
4.46.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga Mobil Nissan X-Trail	126

4.47.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Kategori Mobil SUV	127
4.48.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Merek Nissan X-Trail	128
4.49.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pemilihan Dealer Nissan	129
4.50.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penentuan Waktu Pembelian Nissan X-Trail	130
4.51.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keragaman kemudahan Metode Pembayaran yang Diberikan Dealer Mobil Nissan	131
4.52.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail	132
4.53.	Kriteria Peengambilan Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-trail...	136
4.54.	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji F	137
4.55.	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji t	137
4.56.	Output Pengaruh Atribut dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	138
4.57.	Output ANOVA	138
4.58.	Uji Hipotesis Secara Simultan	139
4.59.	Output Koefisien Regresi	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1.1. Perkembangan Penjualan Mobil di Indonesia (2001-2007)	1
1.2. Perkembangan Penjualan Mobil SUV di Indonesia (tahun 2001-2007)	3
1.3. Penjualan Mobil Nissan X-Trail Periode 2003-2007	5
2.1. Empat Komponen P dalam Bauran pemasaran	15
2.2. Price-Perceived Value Model	27
2.3. Model Perilaku Pembeli	31
2.4. Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	33
2.5. Kerangka Pemikiran Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail	43
2.6. Paradigma Penelitian Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail	44
4.1. Garis Kontinun Indikator Keragaman Produk	90
4.2. Garis Kontinun Indikator Kualitas Produk	96
4.3. Garis Kontinun Indikator Desain Produk	101
4.4. Garis Kontinun Indikator Fitur Produk	104
4.5. Garis Kontinun Indikator Nama Merek	107
4.6. Garis Kontinun Indikator Pelayanan Dealer Nissan	111
4.7. Garis Kontinun Variabel Atribut Produk	113
4.8. Garis Kontinun Indikator Persepsi Kualitas	119
4.9. Garis Kontinun Indikator Persepsi Biaya	125
4.10. Garis Kontinun Indikator Persepsi Harga	126
4.11. Garis Kontinun Setiap Indikator Untuk Variabel Keputusan Pembelian	133
4.12. Garis Kontinun Variabel Keputusan Pembelian	135