

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.1.2 Produk	15
2.1.3 Desain Produk	18
2.1.4 Merek	23
2.1.5 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	26
2.1.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	30
2.1.7 Keputusan Pembelian	33
2.1.8 Pengaruh Desain Produk dan Brand terhadap Keputusan Pembelian	42
2.1.9 Jurnal	44
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	56
3.1 Objek Penelitian	56
3.2 Metode Penelitian	56
3.2.1 Jenis Metode Penelitian yang Digunakan	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	62
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel ..	63
3.2.4.1 Populasi	63
3.2.4.2 Sampel	64
3.2.4.3 Teknik Sampling	65
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	66
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas	67
3.2.6.1 Pengujian Validitas	68
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	71
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	74
3.2.7.1 Teknik Analisis Data	74

3.2.7.2	Rancangan Analisis Deskriptif	75
3.2.7.3	Rancangan Analisis Verifikatif	76
3.2.8	Uji Hipotesis	80
BAB IV	PENELITIAN DAN PEMBAHAAN	83
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	83
4.1.1	Sejarah Distro	83
4.2	Karakteristik dan Pengalam Responden	86
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..	87
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	88
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	88
4.2.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli <i>T-shirt</i> pada Distro Invictus dan Diery Pekerja	89
4.2.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi melakukan Pembelian	90
4.3	Gambaran Variabel Penelitian	91
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk ..	91
4.3.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Fitur <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	94
4.3.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Mutu Kesesuaian <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	97
4.3.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Daya Tahan <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	99
4.3.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Keandalan Kesesuaian <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	101
4.3.6	Tanggapan Responden Berdasarkan Gaya <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	103
4.3.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Produk <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	106
4.4	Gambaran <i>Brand T-shirt</i> Invictus dan Diery	108
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand</i>	109
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Simbol <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	110
4.4.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Slogan <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	111
4.4.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Kemasan <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	113
4.4.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand T-shirt</i> Invictus dan Diery	114
4.5	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian <i>T-shirt</i> Invictus dan Diery	117
4.5.1	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Produk	117
4.5.2	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Merek	120

4.5.3	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Saluran Pembelian.....	122
4.5.4	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian Berdasarkan Penentuan Waktu Pembelian	123
4.5.5	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian Berdasarkan Penentuan Jumlah Pembelian	124
4.5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian <i>t-shirt</i> Pada Distro Invictus dan Diery	125
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Pengaruh Desain Produk dan <i>Brand</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tanggapan Responden	127
4.7	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	132
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	136
5.1	Kesimpulan	136
5.2	Rekomendasi	137
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Brand value (maximum) Industri industry di Indonesia	1
1.2 Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung	3
1.3 Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung	4
1.4 Jenis Pertumbuhan Pengunjung Top 10 distro di Kota Bandung	5
1.5 Pembelian t-shirt dengan pembelian terbanyak 2009 Tahun 2009	7
1.6 Jumlah penjualan t-shirt di Distro tahun 2009	7
2.1 Definisi Bauran Pemasaran	12
2.2 Definisi Produk	15
2.3 Jurnal	44
3.1 Operasional Variabel Penelitian	58
3.2 Jenis dan Sumber Data	63
3.3 Hasil Pengujian Validitas	69
3.4 Hasil Pengujian Reabilitas	73
3.5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	75
3.6 Skor Item Pertanyaan	76
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	87
4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	87
4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	88
4.5 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	89
4.6 Alasan Membeli t-shirt Invictus dan Diery.....	90
4.7 Frekuensi Dalam pembelian t-shirt Invictus dan Diery	90
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Bentuk t-shirt Invictus dan Diery	91
4.9 Tanggapan Responden Terhadap bentuk dilihat dari model t-shirt Invictus dan Diery	92
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Bentuk dilihat dari Bahan t-shirt Invictus dan Diery	93
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Fitur dilihat dari Keragaman t-shirt Invictus dan Diery	94
4.12 Tanggapan Responden Terhadap Fitur dilihat dari Kelengkapan t-shirt Invictus dan Diery	95
4.13 Tanggapan Responden Terhadap fitur Dilihat dari Keterpercayaan t-shirt Invictus dan Diery	96
4.14 Tanggapan Responden Terhadap fitur dilihat dari Tingkat bervariasi t-shirt Invictus dan Diery	97
4.15 Tanggapan Responden Terhadap Mutu kesesuaian dilihat dari Tingkat sesuai t-shirt Invictus dan Diery	98
4.16 Tanggapan Responden Terhadap Mutu kesesuaian dilihat dari Tingkat kualitas t-shirt Invictus dan Diery	98
4.17 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan dilihat dari Tingkat kenyamanan t-shirt Invictus dan Diery	99
4.18 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan dilihat dari Tingkat kualitas t-shirt Invictus dan Diery	100

4.19	Tanggapan Responden Terhadap keandalan dilihat dari Tingkat Kebaikan t-shirt Invictus dan Diery	101
4.20	Tanggapan Responden Terhadap keandalan dilihat dari Tingkat Kualitas t-shirt Invictus dan Diery	102
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Gaya dilihat dari Tingkat keunikan desain t-shirt Invictus dan Diery	103
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Gaya dilihat dari Tingkat Kemenarikan t-shirt Invictus dan Diery	104
4.23	Tanggapan Responden Terhadap Gaya dilihat dari Tingkat Bervariasi t-shirt Invictus dan Diery	105
4.24	Tanggapan Responden Terhadap Gaya dilihat dari Tingkat Keragaman t-shirt Invictus dan Diery	106
4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk t-shirt Invictus dan Diery	106
4.26	Tanggapan Responden Terhadap Logo dilihat dari Tingkat Kemenarikan t-shirt Invictus dan Diery	109
4.27	Tanggapan Responden Terhadap Logo dilihat dari Tingkat Keunikan t-shirt Invictus dan Diery	110
4.28	Tanggapan Responden Terhadap Simbol dilihat dari Tingkat Daya Tarik t-shirt Invictus dan Diery	111
4.29	Tanggapan Responden Terhadap Slogan dilihat dari Tingkat Daya Tarik t-shirt Invictus dan Diery	112
4.30	Tanggapan Responden Terhadap Slogan dilihat dari Tingkat Kebaikan t-shirt Invictus dan Diery	113
4.31	Tanggapan Responden Terhadap Kemasan dilihat dari Tingkat Kebaikan t-shirt Invictus dan Diery	114
4.32	Rekapitulasi tanggapan Responden Terhadap Brand t-shirt Invictus dan Diery	115
4.33	Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	117
4.34	Tanggapan Responden Terhadap Manfaat t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	118
4.35	Tanggapan Responden Terhadap Menarik t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	119
4.36	Tanggapan Responden Terhadap ketertarikan t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	120
4.37	Tanggapan Responden Terhadap kesesuaian t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	121
4.38	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	122
4.39	Tanggapan Responden Terhadap Harapan t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	123
4.40	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Sering Membeli t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	124
4.41	Tanggapan Responden Terhadap Banyaknya Membeli t-shirt Invictus dan Diery Mempengaruhi Keputusan Pembelian	125
4.42	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian t-shirt Invictus dan Diery	126

4.43	Output Koefisien Regresi	127
4.44	Output Pengaruh Desain Produk dan Brand Terhadap Keputusan Pembelian	129
4.45	Output Anova	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Keputusan Produk Individu	16
2.2	Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen	27
2.3	Model Perilaku Pembeli	36
2.4	Empat Tipe Perilaku pembelian	36
2.5	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	40
2.6	Kerangka Pemikiran	52
2.7	Paradigma Penelitian	53
3.1	Model Regresi	78
4.1	Garis Kontinum Variabel Desain Produk	108
4.2	Garis Kontinum Variabel Brand	116
4.3	Diagram Garis Regresi Linier Desain Produk dan Brand Terhadap Keputusan Pembelian	131

