

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Konsep Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	18
2.2 Produk	20
2.2.1 Pengertian Produk	20
2.2.2 Level/ Tingkatan Produk	21
2.2.3 Klasifikasi Produk	24
2.2.4 Siklus Daur Hidup Produk	27
2.3 Atribut Produk	29
2.3.1 Kualitas Produk	30
2.3.2 Fitur Produk	34

2.3.3 Rancangan/ Desain Produk	35
2.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	32
2.4.1 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	40
2.4.2 Tipe-tipe Perilaku Keputusan Pembelian	41
2.4.3 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	43
2.4.4 Peran Konsumen Dalam Membeli	49
2.5 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian	50
2.6 Kerangka Pemikiran.....	51
2.7 Hipotesis.....	58
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	60
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	61
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	62
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	67
3.2.4.1. Populasi	67
3.2.4.2. Sampel	68
3.2.4.3. Teknik Sampling	70
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	73
3.2.6 Skala Pengukuran Variabel	74
3.2.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	75
3.2.7.1 Validitas dan Reliabilitas	75
3.2.7.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	79
3.2.8 Teknik Analisis Data	82
3.2.9 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	88
3.2.10 Software Statistik SPSS 11.5 <i>For Windows</i>	91

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	92
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	92
4.1.2 Lokasi Perusahaan	93
4.1.3 Produk Solid <i>Furniture</i>	95
4.2 Analisis Karakteristik dan Pengalaman Responden	97
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	98
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	98
4.2.1.2 Karakteristik Responden Pekerjaan dan Penghasilan.....	99
4.2.1 Pengalaman Responden	101
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk <i>Furniture</i> Merek Solid	101
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Kategori Produk <i>Furniture</i> Solid Yang Dibeli.....	102
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Produk <i>Furniture</i> Merek Solid	104
4.3 Gambaran Variabel Penelitian.....	106
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk	106
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Solid <i>Furniture</i>	106
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Ciri atau Fitur Produk <i>Furniture</i> Merek Solid	109
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk <i>Furniture</i> Merek Solid	112

4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	114
4.3.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Kebutuhan.....	115
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi Tentang Produk.....	117
4.3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Evaluasi Alternatif Konsumen	119
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	122
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pasca Pembelian	125
4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian	127
4.4.1	Pengujian Hipotesis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian	127
4.4.2	Analisis Korelasi	127
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	128
4.4.4	Koefisien Determinasi	129
4.5	Gambaran Dimensi	131
4.5.1	Gambaran Dimensi Atribut Produk.....	131
4.5.2	Gambaran Dimensi Atribut Produ Proses Keputusan Pembeliank.....	132
4.6	Pembahasan Penelitian.....	133
4.6.1	Pembahasan Hipotesis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk <i>Furniture</i> Merek Solid	133

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1	Kesimpulan.....	137
5.2	Rekomendasi	138

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP