

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Ucapan Terimakasih	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Manfaat Dan Tujuan Penelitian	6
Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis	
2.1 Konsep Pemasaran	7
2.2 Merek	16
2.3 Kualitas Produk	20
2.4 Kemasan Produk	24
2.5 Keputusan Pembelian	27
2.6 Pengaruh merek, kualitas, dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.7 Kerangka Pemikiran	40
2.8 Hipotesis	43

Bab III Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi Dan Sampel	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Oprasional Variabel	48
3.6 Teknik Analisis Data	50

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Profil Perusahaan	56
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	
4.2.1 Karakteristik Responden	58
4.2.2 Pengalaman Responden	63
4.3 Merek Nu Green Tea	67
4.4 Kualitas Nu Green Tea	73
4.5 Kemasan Nu Green Tea	78
4.6 Keputusan Pembelian	87
4.7 Pengaruh merek, Kualitas, Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	
4.7.1 Besar Kolerasi Antar Variabel	96
4.7.2 Analisis Regresi	97
4.7.3 Koefisien Determinasi	99

4.8 Pembahasan	
4.8.1 Pengaruh Merek Terhadap	
Keputusan Pembelian.....	101
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk	
Terhadap Keputusan pembelian.....	102
4.8.3 Pengaruh Kemasan Produk	
Tehadap Keputusan Pembelian.....	104
4.8.4 Pengaruh Merek, Kualitas, dan Kemasan	
Produk terhadap Keputusan Pembelian	106
Bab V Kesimpulan	107
Daftar Pustaka	
Lampiran Riwayat Hidup	