

DAFTAR ISI

ABSTRAK

LEMBAR PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.5.1 Maksud Penelitian	6
1.5.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Kegunaan Penelitian	7
1.6.1 Kegunaan Teoritis	7
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
1.7.1 Lokasi Penelitian	8
1.7.2 Waktu Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori dan Konsep	9
----------------------------	---

2.1.1 <i>Grand Theory</i> : Teori-Teori Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.1 <i>Middle Range Theory</i> : Teori-Teori Produk	13
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	13
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	14
2.1.2.3 Klasifikasi Produk.....	14
2.1.2.4 Atribut Produk	16
2.1.3 Teori-Teori Fitur.....	17
2.1.3.1 Pengertian Fitur	17
2.1.3.2 Dimensi Fitur.....	18
2.1.3.4 Indikator Fitur.....	19
2.1.4 Perilaku Konsumen	20
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	28
2.1.5.3 Jenis Keputusan Pembelian	31
2.1.5.4 Faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.5 Peranan dalam Pembelian	34
2.1.5.6 Dimensi Keputusan Pembelian	35
2.1.5.7 Indikator Keputusan Pembelian	36
2.1.6 Hubungan Fitur dengan Keputusan Pembelian	37

2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	38
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	39
2.2.1 Kerangka Pemikiran	44
2.2.2 Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	47
3.1.1 Metode Penelitian.....	47
3.1.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	51
3.3.1 Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.3.1.1 Menentukan Ukuran Sampel.....	52
3.3.1.2 Operasionalisasi Variabel	53
3.3.1.2.1 Variabel Penelitian	53
3.3.1.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	55
3.3.2.1 Uji Validitas	56
3.3.2.2 Uji Reliabilitas	58
3.4 Teknik Analisis Data	59
3.4.1 Model Analisis Data	62
3.4.2 Transformasi Data	63
3.4.3 Analisis Persamaan Koefisien Korelasi	64
3.4.4 Analisis Persamaan Regresi	65

3.4.5 Koefisien Determinasi	66
3.4.6 Rancangan Uji Hipotesis	68
3.4.6.1 Pengujian Menggunakan Prosedur Uji-t.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	71
4.1.1 Analisis Deskriptif	71
4.1.1.1 Karakteristik Responden	71
4.1.1.2 Pernyataan Responden Mengenai Fitur Produk	75
4.1.1.3 Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	84
4.1.2 Analisis Verifikatif	92
4.1.2.1 Hasil Uji Validitas	92
4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	93
4.1.2.3 Hipotesis	94
4.1.2.3.1 Uji Korelasi	94
4.1.2.3.2 Uji Regresi.....	95
4.1.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi	97
4.1.2.3.4 Uji Hipotesis (Uji-t).....	98
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	100
4.2.1.1 Hasil Analisis Fitur Produk	100
4.2.1.2 Hasil Analisis Keputusan Pembelian	102
4.2.2 Hasil Analisis Verifikatif	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN