

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Intisari.....	xii
Abstrak.....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Marketing Mix.....	7
2.1.1 Produk.....	8
2.1.2 Harga.....	13
2.1.3 Saluran Distribusi.....	15

2.1.4 Promosi.....	18
2.1.5 Keputusan pembelian.....	20
2.2 Perilaku Konsumen.....	27
2.3 Model Perilaku Konsumen.....	29
2.4 Hipotesis.....	31
<b>BAB III. METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	33
3.2 Pengumpulan Data.....	34
3.3 Metode Analisis Data.....	34
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2 Merek Susu Pabrik.....	44
4.3 Faktor-faktor Marketing Mix.....	47
4.4 Karakteristik Rumah Tangga.....	54
4.4.1 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Keputusan Pembelian Susu Pabrik.....	54
4.4.2 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Susu Pabrik.....	62
4.4.3 Hubungan Belajar (Frekuensi Pergantian) dengan Keputusan Pembelian Susu Pabrik.....	70
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan rumah tangga terhadap pembelian susu pabrik di Yogyakarta**  
AKARESTI, Losina, Dr.Ir. Irham, MSc  
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>5.2 Saran-saran.....</b>	<b>85</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Variabel Marketing Mix .....	8
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
Tabel 4.3	Distribusi Responden berdasarkan pekerjaan responden.....	41
Tabel 4.4	Distribusi responden berdasarkan pekerjaan suami.....	42
Tabel 4.5	Distribusi responden berdasarkan pendapatan keluarga.....	43
Tabel 4.6	Merek susu pabrik yang paling disukai rumah tangga.....	45
Tabel 4.7	Jenis susu pabrik yang paling disukai oleh rumah tangga.....	46
Tabel 4.8	Hasil analisa data variabel Marketing mix Produk.....	47
Tabel 4.9	Hasil analisa data variabel Marketing mix Harga.....	50
Tabel 4.10	Hasil analisa data variabel Marketing mix Promosi.....	52
Tabel 4.11	Hasil analisa data variabel Marketing mix Saluran distribusi.....	53
Tabel 4.12	Hubungan tingkat pendidikan dengan keputusan Pembelian susu pabrik pada responden kota.....	56
Tabel 4.13	Hubungan tingkat pendidikan dengan keputusan Pembelian susu pabrik pada responden desa.....	59
Tabel 4.14	Hubungan tingkat pendapatan dengan keputusan Pembelian susu pabrik pada responden kota.....	64
Tabel 4.15	Hubungan tingkat pendapatan dengan keputusan Pembelian susu pabrik pada responden desa.....	68
Tabel 4.16	Hubungan belajar (frekuensi pergantian) dengan	



Kepu

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan rumah tangga terhadap pembelian susu pabrik di  
Yogyakarta  
AKARESTI, Losina, Dr.Ir. Irham, MSc

Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**Tabel 4.17 Hubungan belajar (frekuensi pergantian) dengan**

**Keputusan pembelian susu pabrik pada responden desa.....75**

**Gambar 2.1 Keadaan mental yang dilalui konsumen dalam proses**

**Pengambilan keputusan pembelian.....24**

**Gambar 2.2 Model pengambilan keputusan.....27**