



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Pengetian Pemasaran	8
2.2. Produk	9
2.2.1. Konsep Produk	9



✓ 2.2.2. Atribut Produk	10
✓ 2.3. Merek	11
2.3.1. Tujuan dan Manfaat Merek	12
2.3.2. Peranan dan Kegunaan Merek	14
2.4. Konsumen	15
2.4.1. Pengertian Konsumen	15
2.4.2. Pasar Konsumen	15
2.5. Perilaku Konsumen	16
2.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.5.2. Model Perilaku Konsumen	18
2.5.3. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan	20
2.5.4. Peran dalam Pengambilan Keputusan	23
2.5.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.6. Pengertian Sikap	26
2.6.1. Arti Penting Sikap	27
2.6.2. Karakter Sikap	28
2.6.3. Komponen Sikap	30
2.6.4. Fungsi Sikap	31
2.7. Evaluasi	32
2.8. Kepuasan Konsumen	33



BAB III. METODOLOGIE PENELITIAN

3.1. Design Penelitian	35
3.2. Data	36
3.3. Metoda Pengambilan Sampel	37
3.4. Desain Kuesioner	38
3.5. Metoda Pengumpulan Data	39
3.6. Analisis	42
3.6.1. Semantic Differential Scale	42
3.6.2. Uji Perbedaan (difference)	43

BAB IV. URAIAN UMUM PRODUK

4.1. Fungsi Minyak Pelumas	52
4.2. Penilaian Minyak Pelumas	53
4.2.1. Kekentalan Minyak Pelumas	54
4.2.2. Mutu Minyak Pelumas	55

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Responden	59
5.2. Penilaian Konsumen	64
5.3. Analisis Tingkat Kepentingan	70
5.4. Keunggulan dan Kelemahan Ke-5 Merek Pelumas	71
5.5. Uji T (T-Test)	76
5.5.1. Penilaian Konsumen	76



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Penilaian konsumen terhadap beberapa merek pelumas otomotif di DKI Jakarta
BANGUN, Julely Terangita, Dr. BM. Purwanto, MBA

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

5.5.2. Tingkat Kepentingan	83
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1. Sistem Klasifikasi Kinerja (Performance) API untuk Minyak Lumas Mesin Bensin	56
Tabel 5.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 5.2. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pendidikan	60
Tabel 5.3. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	61
Tabel 5.4. Distribusi Responden Berdasarkan Posisi Jabatan	61
Tabel 5.5. Distribusi Responden Berdasarkan Penentuan dalam Pembelian Merek Pelumas yang Digunakan	62
Tabel 5.6. Distribusi Responden Berdasarkan, Siapa yang Mengendarai Kendaraan yang Digunakan Setiap Hari	63
Tabel 5.7. Distribusi Responden Berdasarkan Situasi Jika Terjadinya Kerusakan Ringan pada Mesin Kendaraan	63
Tabel 5.8. Distribusi Responden Berdasarkan Situasi Jika Terjadinya Kerusakan Berat pada Mesin Kendaraan	64
Tabel 5.9. Nilai Rata-Rata Ke-5 Merek Pelumas Otomotif untuk Setiap Atribut	65
Tabel.5.10. Analisa Tingkat Kepentingan Ke-11 Atribut	71
Tabel.5.11. Harga untuk Ke-5 Merek Pelumas dalam 1 Liter	76
Tabel.5.12. Hasil Perhitungan Hubungan Evaluasi antara Penanganan Kerusakan pada Mesin Kendaraan terhadap Atribut Harga dan Viskositas	78
Tabel.5.13. Hasil Perhitungan Hubungan Evaluasi antara yang Mengendarai Kendaraan yang digunakan Setiap Hari terhadap Atribut Harga dan Viskositas	80
Tabel.5.14. Hasil Perhitungan Hubungan Evaluasi antara Pengambilan Keputusan dalam Pembelian Pelumas terhadap Atribut Harga dan Viskositas	82



Tabel.5.15. Hasil Perhitungan Hubungan Tingkat Kepentingan antara Penanganan Kerusakan pada Mesin Kendaraan terhadap Atribut Kesesuaian dengan Usia Mesin di bawah 5 tahun	84
Tabel.5.16. Hasil Perhitungan Hubungan Tingkat Kepentingan antara yang Mengendarai Kendaraan yang Digunakan Setiap Hari terhadap Atribut Harga dan Daya Tahan	86
Tabel.5.17. Hasil Perhitungan Hubungan Tingkat Kepentingan antara Pengambilan Keputusan dalam Pembelian Pelumas terhadap Atribut Harga dan Viskositas	88



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Penilaian konsumen terhadap beberapa merek pelumas otomotif di DKI Jakarta
BANGUN, Julely Terangita, Dr. BM. Purwanto, MBA

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

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	18
Gambar 2.2. Model Perilaku Konsumen menurut Assael	20
Gambar 3.1. Presentasi Grafis untuk Analisis Semantic Differential Scale	43



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Penilaian konsumen terhadap beberapa merek pelumas otomotif di DKI Jakarta
BANGUN, Julely Terangita, Dr. BM. Purwanto, MBA

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

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK	Halaman
Grafik 5.1. Penilaian Konsumen terhadap Ke-5 Merek Pelumas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Awal (Eksploratory)

Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian Awal

Lampiran 3. Kuesioner Lanjutan

Lampiran 4. Hasil Perhitungan Rata-rata ke-5 Merek Pelumas
Berdasarkan ke-11 Atribut

Lampiran 5. Hasil Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan
Berdasarkan ke-11 Atribut

Lampiran 6. Hasil Perhitungan Penilaian Konsumen Berdasarkan
Uji T (T-Test)

Lampiran 7. Hasil perhitungan Tingkat Kepentingan Berdasarkan
Uji T (T-Test)