

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Hipotesis	6
1.7 Metode Penelitian	7
1.7.1 Metode Pengambilan Sampel.....	7
1.7.2 Metode Pengumpulan Sampel	8
1.7.3 Alat Penelitian	9
1.7.4 Pengujian Instrumen Penelitian	9
1.7.5 Metode Analisis Data	11
1.8 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Manajemen Pemasaran	17
2.3 Konsep Pemasaran	18
2.4 Perilaku Konsumen	19

2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	19
2.4.2 Model Perilaku Konsumen	20
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembuatan	
Keputusan Konsumen	23
2.4.3.1 Faktor Konsumen Individu	24
2.4.3.2 Faktor Pengaruh Lingkungan.....	29
2.4.3.3 Faktor Strategi Pemasaran	31
2.5 Pembuatan Keputusan Konsumen	34
2.5.1 Tipe Keputusan Membeli Konsumen	35
2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Pengambilan Sampel	40
3.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.3 Alat Penelitian	42
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Reabilitas	45
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Regresi Berganda	46
3.5.1.1 Uji t	46
3.5.1.2 Uji F	47
3.5.1.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.5.2 Chi-Square Test	49
BAB IV ANALISIS DATA	51
4.1 Pengumpulan Data	51
4.2 Gambaran Umum Responden	52
4.3 Analisis Validitas dan Reabilitas	57
4.3.1 Uji Validitas	57
4.3.2 Uji Reabilitas	58
4.4 Pengujian Hipotesis	59

4.4.1 Analisis Regresi Berganda	60
4.4.1.1 Pengujian Hipotesis Satu	61
4.4.2 Uji Chi Square	65
4.4.2.1 Pengujian Hipotesis Dua: Uji Chi Square (X^2) Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.4.2.2 Pengujian Hipotesis Tiga: Uji Chi Square (X^2) Berdasarkan Usia	68
4.4.2.4 Pengujian Hipotesis Empat: Uji Chi Square (X^2) Berdasarkan Pekerjaan	71
4.4.2.5 Pengujian Hipotesis Lima: Uji Chi Square (X^2) Berdasarkan Pengeluaran	72
4.6 Implikasi Hasil Penelitian Bagi Perusahaan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Perkembangan produksi susu bubuk tahun 1995-1999	2
Tabel 1.2 Skala Likert	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	52
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Lama Mengkonsumsi	54
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Susu Bubuk Indomilk	55
Tabel 4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Sumber Informasi	56
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Butir Pertanyaan	58
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reabilitas	59
Tabel 4.7 Model Summary Analisis Regresi	61
Tabel 4.8 Data uji Anova (b)	62
Tabel 4.9 Data Koefisien Regresi	62
Tabel 4.10 Perbedaan Perilaku Konsumen Terhadap Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembuatan Keputusan Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.11 Perbedaan Perilaku Konsumen Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembuatan Keputusan Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.12 Perbedaan Perilaku Konsumen Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembuatan Keputusan Berdasarkan Pekerjaan ...	72
Tabel 4.13 Perbedaan Perilaku Konsumen Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembuatan Keputusan Berdasarkan Pengeluaran per bulan	74

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar.2.1 Model Perilaku Konsumen (Kotler, 2000)	21
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen (Assael, 1992)	22
Gambar 2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	24
Gambar 2.4 Tipe Perilaku Konsumen	36
Gambar 2.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan	hal 1
Lampiran 2	Uji Validitas Dan Reliabilitas	20
Lampiran 3	Analisis Regresi Berganda	37
Lampiran 4	Uji Chi Square	39