



	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Manfaat Penelitian	5
1.4. Batasan Penelitian	6
1.5. Sistematika Penelitian	6
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Atribut Produk	8
2.2. Kepentingan Atribut Produk	9
2.3. Konsep Multiatribut Produk	12
2.4. Perilaku Konsumen	15
2.5. Perilaku Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan	17
2.6. Sikap Dalam Perilaku Konsumen	23
2.7. Penilaian Sikap dan Perilaku Konsumen	26
2.7.1. Definisi dan Inferensi Sikap	26
2.7.2. Struktur Sikap	30
2.7.3. Karakter Sikap	32
2.7.4. Fungsi Sikap	33
2.8. Teori Sikap: Model Multiatribut Fishbein	36
2.9. Model Multiatribut Produk	40
2.10. Pengukuran Skala Sikap Konsumen	42
2.11. Penelitian-Penelitian Sebelumnya	44
BAB III: METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Tahapan Penelitian	47
3.3. Responden Penelitian	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel	49
3.4. Tipe, Sumber dan Prosedur Pengumpulan Data Penelitian	50
3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.6. Teknik Analisis Data	51
3.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	53



BAB IV:	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	55
	4.1. Gambaran Umum Industri Air Minum Dalam Kemasan	55
	4.2. Gambaran Umum Produk Kavera	63
BAB V:	ANALISIS HASIL PENELITIAN	66
	5.1. Profil Responden	66
	5.1.1. Jenis Kelamin	66
	5.1.2. Usia	67
	5.1.3. Pekerjaan	67
	5.1.4. Pengeluaran Belanja	68
	5.2. Analisis Cross-Tabulation pada Profil Responden	69
	5.2.1. Analisis Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Usia Responden	69
	5.2.2. Analisis Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Pekerjaan	70
	5.2.3. Analisis Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Pengeluaran Belanja	72
	5.2.4. Analisis Cross-Tabulation antara Usia dengan Pekerjaan	73
	5.2.5. Analisis Cross-Tabulation antara Usia dengan Pengeluaran	75
	5.2.6. Analisis Cross-Tabulation antara Pekerjaan dengan Pengeluaran	77
	5.3. Penilaian Responden tentang Perilaku Memilih	79
	5.3.1. Keyakinan dalam Memilih	79
	5.3.2. Evaluasi setelah Memilih	81
	5.4. Pembahasan	85
	5.4.1. Keyakinan dalam Memilih Produk Minuman dalam Kemasan	85
	5.4.2. Evaluasi dalam Memilih Produk Kavera	88
	5.4.3. Sikap dalam Memilih Produk Kavera	90
BAB VI:	KESIMPULAN DAN SARAN	92
	6.1. Kesimpulan	92
	6.2. Saran	94

Tabel 2.1. Kondisi Persaingan Pasar Berdasarkan Kinerja Atribut Produk	10
Tabel 2.2. Respons yang Digunakan untuk Penyimpulan Sikap	28
Tabel 5.1 Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Usia Responden	69
Tabel 5.2 Uji Pearson Chi-Square antara Jenis Kelamin dengan Usia Responden	70
Tabel 5.3 Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Pekerjaan	71
Tabel 5.5 Cross-Tabulation antara Jenis Kelamin dengan Pengeluaran Belanja	72
Tabel 5.6 Uji Pearson Chi-Square : Jenis Kelamin dengan Pengeluaran Belanja	73
Tabel 5.7 Cross-Tabulation antara Usia dengan Pekerjaan	74
Tabel 5.8 Uji Pearson Chi-Square antara Usia dengan Pekerjaan	75
Tabel 5.9 Cross-Tabulation antara Usia dengan Pengeluaran	76
Tabel 5.10 Uji Pearson Chi-Square antara Usia dengan Pengeluaran	77
Tabel 5.11 Cross-Tabulation antara Pekerjaan dengan Pengeluaran	78
Tabel 5.11 Cross-Tabulation antara Pekerjaan dengan Pengeluaran	78
Tabel 5.13 Aspek-aspek yang Menjadi keyakinan Responden dalam Perilaku Memilih Minuman dalam Kemasan	80
Tabel 5.14 Aspek-aspek yang Menjadi Evaluasi Responden dalam Perilaku Memilih Minuman dalam Kemasan	81
Tabel 5.15 Evaluasi dalam Perilaku Pembelian	83

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	18
Gambar 2.2. Hubungan Komponen Model Perilaku dan Sikap Fishbein	36
Gambar 4.1 Perkembangan Volume Penjualan AMDK	58
Gambar 4.2 Perkembangan Perusahaan AMDK di Indonesia	59
Gambar 4.3 Perkembangan Jumlah Perusahaan Anggota ASPADIN	60
Gambar 4.5 Perkembangan Nilai Impor AMDK	61
Gambar 4.7 Perkembangan Kapasitas Produksi	62
Gambar 4.8 Konsumen per Kapita di Beberapa Negara	62
Gambar 4.9 Pangsa Pasar per Jenis Produk di Retail	63
Gambar 5.2 Proporsi Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 5.3 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Gambar 5.4 Proporsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	68