UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Persepsi preferensi konsumen terhadap produk susu anak kategori premium
PUSPITA, Nurul, Ike Janita Dewi, Dr.,M.B.A
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN MOTTO iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
INTISARI xiv
ABSTRACT xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Perumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 5
1.4. Batasan Masalah 5
1.5. Manfaat Penelitian 6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Perilaku Konsumen 7
2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 9
2.3. Segmentasi Pasar 14
2.4. Pendekatan Psikografis dalam Segmentasi 23

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Persepsi preferensi konsumen terhadap produk susu anak kategori premium
PUSPITA, Nurul, Ike Janita Dewi, Dr.,M.B.A
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.5. Motivasi Konsumen 25

2.5.1. Batasan Motivasi Konsumen 25

2.5.2. Macam-Macam Motif dalam Pembelian 27

2.5.3. Pola Kebiasaan dalam Pembelian 30

2.6. Sikap Konsumen 32

2.7. Minat Konsumen 34

2.8. Pengembangan Hipotesis 35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Data 38

3.2. Metode Pengumpulan Data 38

3.3. Populasi dan Sampel 39

3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel 39

3.5. Alat Analisis Data 42

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1. Profil Perusahaan 44

4.2. Profil Rangkaian Produk Nestle Dancow 46

4.3. Profil Produk Dancow NutriGold 48

4.4. Profil Produk Kompetitor dari Dancow NutriGold 49

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Uji Instrumen Penelitian 51

5.2. Analisis Hasil Penelitian 62

5.2.1. Deskripsi Responden 62

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Persepsi preferensi konsumen terhadap produk susu anak kategori premium
PUSPITA, Nurul, Ike Janita Dewi, Dr.,M.B.A
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.2.2. Analisis Data 64

a. Tanggapan Responden tentang Motivasi yang Mendasari Pembelian Produk Susu Anak Kategori Premium 64

1. Motif Rasional 64

2. Motif Emosional 67

3. Motif Simbolik 69

4. Minat Beli 71

5. Pengaruh Motif Rasional, Emosional dan Simbolik terhadap Minat Beli Produk Susu Premium 72

b. Perbedaan Minat Beli Produk Susu Anak Kategori Premium dilihat dari Faktor Demografi dan Psikografi 76

1. Faktor Demografi 76

2. Faktor Psikografi 79

c. *Perceptual Map* Produk Dancow NutriGold dibandingkan dengan Produk Kompetitior 82

BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

6.1. Kesimpulan 84

6.2. Implikasi Manajerial 85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN