

## DAFTAR ISI

<b>Daftar isi</b>	<b>Halaman</b>
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB :	
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Pembatas Masalah.....	10
1.4. Perumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS....	13
2.1. Konsep Perilaku Konsumen.....	13
2.2. Pemasaran.....	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	14
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	15
2.3. Keputusan Pembelian.....	23
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
2.3.3. Tahapan Pengambilan Keputusan.....	28
2.4. Kerangka Pemikiran.....	32
2.5. Hipotesis.....	34
III. METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.2. Desain Penelitian.....	35
3.3. Metode Penelitian.....	36
3.4. Populasi dan Sample.....	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Operasional Variabel.....	39
3.7. Pengukuran Instrumen.....	40
3.8. Teknik Analisis Data.....	43
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51

4.1. Hasil penelitian.....	51
4.1.1. Profil Responden.....	51
4.1.2. Uji Instrumen.....	54
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
4.1.4. Statistik Deskriptif.....	63
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.6. Hasil Uji Korelasi dan Regresi Berganda.....	67
4.1.7. Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.2. Pembahasan.....	76
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	85
5.3. Implikasi Managerial.....	87
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Pangsa Pasar Berdasarkan Segmentasi Flavour.....	2
1.2. Pangsa Pasar Dji Sam Soe <i>Family</i> .....	3
1.3. Daftar harga distribusi DSS MB dan <i>competitor</i> (May 2015).....	5
1.4. Tabel Anggaran Promosi <i>brand</i> DSS MB (Jakarta Zone).....	9
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2. Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pertanyaan.....	44
3.3. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
4.1. Distribusi Usia Responden.....	52
4.2. Distribusi Pekerjaan Responden.....	52
4.3. Distribusi Kisaran Pengeluaran Rokok Sebulan Responden.....	53
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	54
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	55
4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	56
4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi.....	56
4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
4.9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk.....	58
4.10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	58
4.11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	59
4.12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Distribusi.....	59
4.13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.14. Analisa Deskriptif Variabel Produk.....	61

4.15. Analisa Deskriptif Variabel Harga.....	61
4.16. Analisa Deskriptif Variabel Promosi.....	62
4.17. Analisa Deskriptif Variabel Distribusi.....	63
4.18. Analisa Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	63
4.19. Statistik Deskriptif.....	64
4.20. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	65
4.21. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
4.22. Korelasi Produk, Harga, Promosi, dan <i>Distribusi Terhadap Keputusan</i> Pembelian..	68
4.23. Hasil uji koefisien regresi.....	70
4.24. Hasil Uji F Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi dengan Keputusan Pembelian..	75

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR</b>	<b>Halaman</b>
1.5. Saluran Distribusi PT. HM Sampoerna, tbk.....	6
2.1. Tipe-tipe Consumer Product.....	18
2.2. Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	31
2.3. Variabel Bebas dan Variabel Terikat.....	33
4.1. Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN</b>	<b>Halaman</b>
1. Kuesioner Penelitian.....	93
2. Hasil Jawaban Responden.....	98
3. Hasil Olah Data SPSS.....	104