



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	5
3. Tujuan Penelitian.....	5
4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
1. Tinjauan Pustaka	7
2. Landasan Teori	10
2.1. Perilaku Konsumen	10
2.2. Preferensi Konsumen	12
2.3. Atribut Produk.....	16
3. Kerangka Berpikir	16
4. Hipotesis.....	17
BAB III. METODE PENELITIAN.....	18
1. Metode Dasar Penelitian	18
2. Metode Pengambilan Sampel.....	18
2.1. Sampel Lokasi	18
2.2. Sampel Responden	18
3. Jenis dan Sumber Data	19
4. Metode Pengumpulan Data	19
5. Pembatasan Masalah	19
6. Definisi dan Pengukuran Variabel	20
7. Metode Analisis Data	22
7.1. Uji Validitas	22
7.2. Uji Reliabilitas	23
7.3. Uji Friedman	23
7.4. Uji Analisis Regresi	24
BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	31
1. Lokasi dan Topografi	31
2. Kepadatan Penduduk.....	31
3. Struktur Penduduk.....	32



3.1. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	33
3.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Usia	34
3.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
4. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)	36
BAB V. KARAKTERISTIK KONSUMEN	38
1. Karakteristik Konsumen Penelitian	38
1.1. Identitas Konsumen Menurut Usia	38
1.2. Identitas Konsumen Menurut Tingkat Pendidikan	39
1.3. Identitas Konsumen Menurut Jenis Pekerjaan	40
1.4. Identitas Konsumen Menurut Pendapatan	41
2. Pola Konsumsi Konsumen Penelitian	41
2.1. Distribusi Konsumen Menurut Jenis Teh yang Sering Dikonsumsi	41
2.2. Distribusi Konsumen Menurut Produk Teh yang Sering Dikonsumsi	42
2.3. Distribusi Konsumen Menurut Frekuensi Konsumsi Teh	43
2.4. Distribusi Konsumen Menurut Frekuensi Pembelian Teh	44
2.5. Distribusi Konsumen Menurut Media / Sumber Informasi	44
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
1. Pengujian Kuesioner	46
1.1. Uji Validitas	46
1.2. Uji Reliabilitas	48
2. Pengujian Hipotesis 1	48
3. Pengujian Hipotesis 2	52
3.1. Teh Celup 'A'	53
3.1.1. Uji Asumsi Klasik	53
3.1.2. Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.2. Teh Celup 'B'	60
3.2.1. Uji Asumsi Klasik	60
3.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.3. Teh Celup 'C'	65
3.3.1. Uji Asumsi Klasik	65
3.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda	67
BAB VII. PENUTUP	71
1. Kesimpulan	71
2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Top Brand Index Teh Celup pada Tahun 2012	3
Tabel 4.1.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kota Yogyakarta Semester II Tahun 2014	33
Tabel 4.2.	Struktur Penduduk Berdasarkan Usia Kota Yogyakarta Semester II Tahun 2014.....	34
Tabel 4.3.	Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Kota Yogyakarta Semester II Tahun 2014	35
Tabel 5.1.	Identitas Konsumen Menurut Usia.....	38
Tabel 5.2.	Identitas Konsumen Menurut Tingkat Pendidikan.....	39
Tabel 5.3.	Identitas Konsumen Menurut Jenis Pekerjaan	40
Tabel 5.4.	Identitas Konsumen Menurut Pendapatan	41
Tabel 5.5.	Distribusi Konsumen Menurut Jenis Teh yang Sering Dikonsumsi	42
Tabel 5.6.	Distribusi Konsumen Menurut Produk Teh yang Sering Dikonsumsi....	42
Tabel 5.7.	Distribusi Konsumen Menurut Frekuensi Konsumsi Teh.....	43
Tabel 5.8.	Distribusi Konsumen Menurut Frekuensi Pembelian Teh	44
Tabel 5.9.	Distribusi Konsumen Menurut Media / Sumber Informasi.....	45
Tabel 6.1.	Uji Validitas terhadap Enam Atribut Teh Celup.....	46
Tabel 6.2.	Uji Validitas terhadap Tiga Atribut Teh Celup.....	47
Tabel 6.3.	Konsistensi Preferensi Konsumen Berdasarkan Atribut Produk Teh Celup Terhadap Preferensi Produk Teh Celup	50
Tabel 6.4.	Konsistensi Preferensi Konsumen (dalam Jumlah dan Persentase)	51
Tabel 6.5.	Tabel Preferensi Konsumen Terhadap Teh Celup (Berdasarkan Konsistensi Konsumen)	52
Tabel 6.6.	Hasil Uji Normalitas Data dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> ..	54
Tabel 6.7.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 6.8.	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	55
Tabel 6.9.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Teh Celup ‘A’	56
Tabel 6.10.	Hasil Uji Normalitas Data dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> ..	60
Tabel 6.11.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 6.12.	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	61
Tabel 6.13.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Teh Celup ‘B’.....	62
Tabel 6.14.	Hasil Uji Normalitas Data dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> ..	65
Tabel 6.15.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 6.16.	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	66
Tabel 6.17.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Teh Celup ‘C’	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan Proses Pembelian.....	11
Gambar 2.2. <i>Indifferent curve</i>	14
Gambar 2.3. Bagan Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 4.1. Produk Domestik Regional Bruto Kota Yogyakarta Tahun 2009-2013	36
Gambar 4.2. Grafik Pertumbuhan Ekonomi Kota Yogyakarta Tahun 2006-2013	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
Lampiran 2. Hasil Perhitungan Uji Friedman	76
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Teh Celup di Kota Yogyakarta	77