

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan pembatasan masalah	2
C. Perumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Permasalahan.....	4
E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bauran Pemasaran (<i>Marketing –Mix</i>).....	7
B. Perilaku Konsumen	21
C. Variabel dalam mempelajari Perilaku Konsumen	22
D. Keputusan Pembelian	22

E. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
F. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Jenis dan sumber data.....	30
C. Populasi Dan sampel	31
D. Metode Pengumpulan Data	34
E. Metode Analisis Data	35
F. Definisi Operasional Variabel	39
BAB IV SEJARAH PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN	
A. Sejarah Perusahaan	41
1. Visi dan Misi PT Unilever	42
2. Tujuan & prinsip.....	43
B. Profil Singkat Responden	44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pembahasan Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
B. Analisis Faktor.....	50
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	53

DAFTAR PUSAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Penduduk	32
Tabel 3.2.	Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 3.3.	Pembobotan skala Likert.....	37
Tabel 3.4	Variabel, Dimensi dan indikator faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.	40
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2	Usia Responden.....	46
Tabel 4.3	Pendidikan Respoden	46
Tabel 4.4	Pendapatan Responden.....	47
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 5.2	Nilai <i>Eigenvalues</i>	50
Tabel 5.3	<i>Component Score Coefficient Matrix</i>	51
Tabel 5.4	Faktor untuk setiap Dimensi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen Empat P dalam Bauran Pemasaran	8
Gambar 2.2	Lima Tingkatan Produk	10
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.4	Model Perilaku Pembelian	26
Gambar 2.5	Kerangka Pikir Penelitian.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	57
Lampiran 2	Data 30 Respondent	61
Lampiran 3	Hasil Validitas dan Reliabilitas	62
Lampiran 4	Data 100 Responden	66
Lampiran 5	Hasil Analisis Faktor	69
Lampiran 6	Tanggapan Responden	81