

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	9
B. Model Perilaku Konsumen	11
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
D. Bauran Pemasaran	20
1. Produk	21
2. Harga	24
3. Distribusi	31
4. Promosi	32
E. Proses Pengambilan Keputusan	35
F. Penelitian Terdahulu	40
G. Kerangka Pikir	41
H. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis dan Sumber Data	45
C. Populasi Dan Sample	47
D. Metode Pengumpulan Data	48
E. Metode Analisis Data	49
F. Definisi Oprasional Variabel	53

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	57
1. Produk Cap Lang	60
2. Visi Perusahaan	61
3. Misi Perusahaan	61
B. Karakteristik Responden	61

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas	67
B. Hasil Uji Reliabilitas	69
C. Hasil Uji Faktor	69

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	81
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Uji Reliabilitas	51
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Tabel nilai KMO	53
Tabel 3.4 Definisi Operasional	55
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia	62
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pendapatan responden	63
Table 4.3 Status Tempat Tinggal Responden	64
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	65
Tabel 4.5 Responden yang Membeli dan Menggunakan Minyak Kayu Putih Cap Lang Selama 3 Bulan Terakhir	65
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	67
Table 5.2 Tabel Reliabilitas	69
Tabel 5.3 Tabel KMO and Bartlett's Test	70
Tabel 5.4 Tabel Nilai – Image Matrics / MSA	70
Tabel 5.5 Tabel Total Eigenvalue	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Peilaku Konsumen	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen Blackwell	12
Gambar 2.3 Tahapan Penetapan Harga	25
Gambar 2.4 Proses Pengambilan Keputusan	36
Gambar 2.5 Kerangka Pikir	42
Gambar 2.6 Model Penelitian	43

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2 Data Tabulasi 30 Responden	86
Lampiran 3 Analisis Uji Validitas	88
Lampiran 4 Analisis Uji Reliabilitas	93
Lampiran 5 Karakteristik Responden	95
Lampiran 6 Data Tabulasi 150 Responden	99
Lampiran 7 Analisis Faktor	106
Lampiran 8 Anti Image Matrices	107
Lampiran 9 Total Variance Explained	111
Lampiran 10 Rotated Component Matrix	112