

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Maksud dan tujuan penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
1.6 Hipotesis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	18
2.2.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	20

2.3 Produk	22
2.3.1 Definisi Produk	22
2.3.2 Tingkatan Produk.....	22
2.3.3 Klasifikasi Produk.....	25
2.4 Atribut Produk	27
2.4.1 Definisi Atribut Produk.....	28
2.4.2 Komponen Atribut Produk.....	28
2.5 Desain Produk	31
2.5.1 Definisi Desain Produk.....	31
2.5.2 Aspek Desain Produk.....	32
2.5.3 Strategi Desain Produk	34
2.5.4 Metode-metode Desain Produk.....	35
2.5.5 Biaya Dalam Mendesain Produk	36
2.5.6 Fungsi Desain Produk.....	37
2.6 Perilaku Konsumen	37
2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	40
2.7 Keputusan Pembelian.....	44
2.7.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan pembelian	45

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek.....	49
3.1.1 sejarah distro flashy bandung.....	49
3.1.2 struktur organisasi.....	50
3.2 Metode Penelitian	52

3.2.1 Data, Jenis Data, dan Sumber Data.....	52
3.2.2 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel	53
3.2.3 Variabel dan Tabel Operasional Variabel.....	55
3.2.4 Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner	57
3.3 Metode Analisis Data.....	60
3.4 Transformasi Data.....	62
3.5 Pengujian Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pelaksanaan Desain Produk di Distro Flashy	65
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Desain Produk di Distro Flashy	70
4.2.1 Instrumen Penelitian	70
4.2.2 Karakteristik Umum Responden.....	78
4.2.3 Tanggapan Responden Tentang Pelaksanaan Desain Produk di Distro Flashy	80
4.3 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Konsumen Di Distro Flashy	90
4.4 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Flashy	98
4.5 Pengujian Hipotesis	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 Volume Penjualan Produk di distro Flashy Bandung 2011-2013</i>	3
<i>Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu</i>	13
<i>Tabel 3.1 Operasional Variabel</i>	57
<i>Tabel 3.2 Gradasi Skala Likert</i>	60
<i>Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Desain Produk</i>	71
<i>Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk</i>	72
<i>Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian</i>	72
<i>Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian</i>	73
<i>Tabel 4.5 Uji Reabilitas Variabel Desain Produk</i>	73
<i>Tabel 4.6 Reability Statistic</i>	74
<i>Tabel 4.7 item Statistics</i>	74
<i>Tabel 4.8 Item-Total Statistics</i>	75
<i>Tabel 4.9 Scale Statistics</i>	75
<i>Tabel 4.10 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian Case Processing</i> <i>Summary</i>	76
<i>Tabel 4.11 Reliability Statistics</i>	76
<i>Tabel 4.12 Item Statistics</i>	76
<i>Tabel 4.13 Item-Total Statistics</i>	77
<i>Tabel 4.14 Scale Statistics</i>	77
<i>Tabel 4.15 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	78
<i>Tabel 4.16 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia</i>	79
<i>Tabel 4.17 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	79

<i>Tabel 4.18 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....</i>	80
<i>Tabel 4.19 Rentang klasifikasi Variabel.....</i>	82
<i>Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Ukuran.....</i>	83
<i>Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Model.....</i>	83
<i>Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Fitur/Ciri Khas.....</i>	84
<i>Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Mutu Kesesuaian.....</i>	85
<i>Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan.....</i>	86
<i>Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Gaya.....</i>	86
<i>Tabel 4.26 Total Pembobotan Variabel Desain Produk.....</i>	87
<i>Tabel 4.27 Kriteria Skor.....</i>	90
<i>Tabel 4.28 Rentang Klasifikasi Variabel.....</i>	92
<i>Tabel 4.29Tanggapan Responden Tentang Memilih Membeli Produk Distro Flashy.....</i>	93
<i>Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Membeli Produk Dengan Merek Flashy.....</i>	93
<i>Tabel 4.31Tanggapan Responden Tentang Membeli Produk di Distro Flashy.....</i>	94
<i>Tabel 4.32Tanggapan Responden Tentang Menentukn Waktu Pembelian Pada Saat Membeli Produk Distro Flashy.....</i>	95
<i>Tabel 4.33 Total Pembobotan Variabal Keputusan Pembelian.....</i>	96
<i>Tabel 4.34 Total Skor.....</i>	98
<i>Tabel 4.35 Korelasi Antara Desain Produk Dengan Keputusan Pembelian.....</i>	99

Tabel 4.36 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Model

Summary..... 99

Tabel 4.37 Koefisien Regresi 100

Tabel 4.38 Uji T Hitung Variabel Desain Produk Terhadap Keputusan

Pembelian..... 101



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Grand Theory</i>	14
<i>Gambar 1.2 Paradigma penelitian</i>	14
<i>Gambar 2.1 Bauran Pemasaran (marketing mix)</i>	21
<i>Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk</i>	23
<i>Gambar 2.3 Model Prilaku Konsumen</i>	39
<i>Gambar 2.4 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian</i>	45
<i>Gambar 3.1 Struktur Organisasi</i>	50
<i>Gambar 4.1 Gambar Produk Distro Flashy</i>	65
<i>Gambar 4.2 Produk Fitur Standar Distro Flashy</i>	66
<i>Gambar 4.3 Kain Cotten Combad 3s</i>	67
<i>Gambar 4.4 Sablon Jenis Plasstisol</i>	67
<i>Gambar 4.5 Gaya Desain Distro Flashy</i>	68
<i>Gambar 4.6 Garis Kontinum</i>	89
<i>Gambar 4.7 Garis Kontinum</i>	97
<i>Gambar 4.8 Kurva Uji T Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian</i>	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah Kuesioner (Skala Data Ordinal)

Lampiran 2 Hasil Transformasi Data (Skala Data Interval)

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 SPSS

Lampiran Pedoman Koesioner

