

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAK xii

ABSTRACT xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.5 Kerangka Pemikiran 6

1.6 Hipotesis 21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran 22

2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 23

2.3 Produk 25

2.4	Diferensiasi Produk	29
2.5	Perilaku Konsumen	35
2.6	Keputusan Pembelian Konsumen	36

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek	41
3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner	48
3.4	Metode Analisis Data	50
3.5	Methods of Succesive Interval	52

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Upaya Keripik maich Dalam melaksanakan Diferensiasi Produk	54
4.2	Tanggapan Responden tentang Diferensiasi Produk	59
4.3	Tanggapan Responden tentang keputusan pembelian konsumen keripik maich.....	78
4.4	Pengaruh Pelaksanaan Diferensiasi Produk Keripik Maich Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Keripik Maicih Tahun 2012-2013</i>	3
<i>Tabel 3.1 Operasional Variabel.....</i>	47
<i>Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk</i>	60
<i>Tabel 4.2 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk.....</i>	60
<i>Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen</i>	61
<i>Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen</i>	61
<i>Tabel 4.5 Case Processing Summary Diferensiasi Produk</i>	63
<i>Tabel 4.6 Reliability Statistics Diferensiasi Produk.....</i>	63
<i>Tabel 4.7 Item Statistics Diferensiasi Produk</i>	63
<i>Tabel 4.8 Item-Total Statistics Diferensiasi Produk</i>	64
<i>Tabel 4.9 Scale Statistics Diferensiasi Produk</i>	64
<i>Tabel 4.10 Case Processing Summary Keputusan Pembelian Konsumen</i>	65
<i>Tabel 4.11 Reliability Statistics Keputusan Pembelian Konsumen</i>	65
<i>Tabel 4.12 Item Statistics Keputusan Pembelian Konsumen</i>	65
<i>Tabel 4.13 Item-Total Statistics Keputusan Pembelian Konsumen</i>	66
<i>Tabel 4.14 Scale Statistics Keputusan Pembelian Konsumen</i>	66
<i>Tabel 4.15 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	67
<i>Tabel 4.16 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia</i>	67
<i>Tabel 4.17 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	68
<i>Tabel 4.18 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan</i>	68

<i>Tabel 4.19 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pelanggan Atau Bukan</i>	69
<i>Tabel 4.20 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan</i>	69
<i>Tabel 4.21 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian</i>	70
<i>Tabel 4.22 Rentang Klasifikasi Variabel</i>	72
<i>Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Bentuk Keripik Maicih</i>	72
<i>Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang Keistimewaan Rasa Keripik Maicih</i>	73
<i>Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang Keistimewaan Logo Keripik Maicih</i>	73
<i>Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang Kemampuan Keripik Maicih Dalam Memuaskan Kebutuhan Pelanggannya</i>	74
<i>Tabel 4.27 Tanggapan Responden Tentang Spesifikasi Yang Sesuai Dengan Kualitas Keripik Maicih</i>	75
<i>Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang Spesifikasi Yang Sesuai Dengan Rasa Keripik Maicih</i>	75
<i>Tabel 4.29 Total Pembobotan Diferensiasi Produk</i>	76
<i>Tabel 4.30 Rentang Kriteria Presentase Skor</i>	78
<i>Tabel 4.31 Rentang Klasifikasi Variabel</i>	80
<i>Tabel 4.32 Tanggapan Responden Memilih Produk Maicih</i>	80
<i>Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Citra Baik Produk Maicih</i>	81
<i>Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Penjualan Produk Maicih Yang Dijual Secara Online</i>	81
<i>Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang Pembelian Produk Maicih Yang Dilakukan</i>	82

<i>Tabel 4.36 Tanggapan Responden Tentang Bentuk Keripik Maicih.....</i>	82
<i>Tabel 4.37 Total Pembobotan Keputusan Pembelian Konsumen</i>	83
<i>Tabel 4.38 Rentang Kriteria Presentase Skor</i>	85
<i>Tabel 4.39 Transformasi Data</i>	86
<i>Tabel 4.40 Korelasi Antara Diferensiasi Produk Dengan Keputusan Pembelian Konsumen</i>	86
<i>Tabel 4.41 Koefisien Determinasi</i>	87
<i>Tabel 4.42 Koefisien Regresi</i>	87
<i>Tabel 4.43 Hasil Uji T</i>	89



Daftar Gambar

<i>Gambar 1.1 Models Of Buyer Behaviour</i>	16
<i>Gambar 1.2 Grand Theory</i>	20
<i>Gambar 1.3 Paradigma</i>	21
<i>Gambar 2.1 Models Of Buyer Behaviour</i>	37
<i>Gambar 4.1 Bentuk Kemasan Keripik Maicih</i>	54
<i>Gambar 4.2 Logo Keripik Maicih</i>	55
<i>Gambar 4.3 Presentase Dalam Garis Kontinum</i>	78
<i>Gambar 4.4 Presentase Dalam Garis Kontinum</i>	85
<i>Gambar 4.5 Kurva Uji-T Dua Pihak Variabel Diferensiasi Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen</i>	90

Daftar Lampiran

Lampiran Spss

Lampiran Methods of Succesive interval

Lampiran Pedoman Koesioner

