

DAFTAR ISI

LEMBAR 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 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Hipotesis.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	24
2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	26
2.2.1 Unsur Unsur Bauran Pemasaran.....	28

2.3 Produk.....	30
2.3.1 Tingkatan Produk.....	31
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	33
2.4 Atribut Produk	36
2.5 Perilaku Konsumen.....	45
2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	47
2.6 Keputusan Pembelian.....	51

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	57
3.1.1 Sejarah PT. Ateja Tritunggal	57
3.1.2 Struktur Organisasi PT. Ateja Tritunggal	58
3.1.3 Produk PT. Ateja Tritunggal.....	59
3.2 Metode Penelitian	62
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	63
3.2.2 Jenis Data dan Sumber Data	64
3.2.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian	64
3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	66
3.3 Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuisiонер dan Bentuk Instrumen Pedoman Kuisiонер	68
3.3.1 Instrumen Penelitian	68
3.3.2 Syarat Instrumen Penelitian (Pedoman Kuisiонер).....	68

3.3.3 Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuisisioner	71
3.4 Metode Analisa Data.....	71
3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	72
3.4.2 Analisis Koefisien Korelasi	73
3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi	74
3.4.4 Transformasi Data.....	75
3.5 Uji Hipotesis	76

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Atribut Produk Pada PT. Ateja Tritunggal.....	78
4.2 Tanggapan Konsumen Tentang Pelaksanaan Atribut Produk Pada PT. Ateja Tritunggal.....	84
4.2.1 Instrumen Penelitian (Pedoman Kuisisioner).....	84
4.2.2 Identitas Responden.....	86
4.2.3 Tanggapan Responden Tentang atribut produk di PT. Ateja Tritunggal	88
4.3 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian di PT. Ateja Tritunggal	97
4.4 Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Konsumen pada PT. Ateja Tritunggal	102
4.5 Pengujian Hipotesis	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan106

5.2 Saran107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Volume Penjualan.....	4
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	67
Tabel 3.2 Intepretasi Koefisien Korelasi	74
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	87
Tabel 4.5 Rentang Klasifikasi Variabel	89
Tabel 4.6 Tangapan Responden Mengenai kualitas produk PT. Ateja Tritunggal	90
Tabel 4.7 Tangapan Responden Mengenai fitur produk PT. Ateja tritunggal.....	91
Tabel 4.8 Tangapan Responden Mengenai Gaya Dan Desain Produk PT. Ateja Tritunggal	91
Tabel 4.9 Tangapan Responden Mengenai Merek PT. Ateja Tritunggal	92
Tabel 4.10 Tangapan Responden Mengenai kemasan PT. Ateja tritunggal.....	93
Tabel 4.11 Tangapan Responden Mengenai Label	

PT. Ateja tritunggal.....	94
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai garansi produk	
PT. Ateja tritunggal.....	94
Tabel 4.13 Total Pembobotan Variabel Atribut Produk	95
Tabel4.14 Rentang Kriteria Presentase Skor	97
Tabel4.15 Konsumen memilih membeli produk tekstil	
PT. Ateja tritunggal.....	97
Tabel 4.16 Konsumen Memilih Membeli Merek tekstil	
PT. Ateja tritunggal.....	98
Tabel 4.17 Konsumen memilih membeli tekstil di PT. Ateja tritunggal.....	99
Tabel 4.18 Konsumen membeli merek tekstil PT. Ateja tritunggal	
Dalam jumlah banyak	100
Tabel 4.19 Konsumen membeli merek tekstil PT. Ateja tritunggal	
Setiap bulan atau setiap tahun.....	100
Tabel 4.20 Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian	101
Tabel 4.21 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	103
Tabel 4.22 Koefisien Regresi.....	104
Tabel 4.23 Uji t Hitung Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 1.2 Paradigma.....	23
Gambar 2.1 Bauran pemasaran.....	30
Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk.....	32
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen.....	47
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian.....	53
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	58
Gambar 3.2 Produk kain cartenza.....	60
Gambar 3.3 Produk kain Mojave.....	60
Gambar 3.4 Produk kain palazzo.....	61
Gambar 3.5 produk kain interior.....	61
Gambar 3.6 produk kain jok mobil.....	61
Gambar 3.7 produk kain sofa.....	62
Gambar 4.1 Gambar quality control.....	78
Gambar 4.2 Fitur Produk.....	79
Gambar 4.3 gaya dan desain Produk.....	80
Gambar 4.4 merek PT. Ateja Tritunggal.....	81
Gambar 4.5 kemasan produk PT. Ateja tritunggal.....	81
Gambar 4.6 kemasan produk PT. Ateja tritunggal.....	82
Gambar 4.7 kemasan produk PT. Ateja tritunggal.....	83

Gambar 4.8 Kurva Variabel Atribut Produk Terhadap

Keputusan Pembelian..... 114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran SPSS

Lampiran Skala Data Interval

Lampiran Pedoman Kuesioner

