

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| Halaman Sampul Depan Skripsi.....         | i    |
| Halaman Judul Skripsi.....                | ii   |
| Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme..... | iii  |
| Halaman Pengesahan Skripsi.....           | iv   |
| Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....     | v    |
| Halaman Persembahan.....                  | vi   |
| Halaman Motto.....                        | vii  |
| Abstrak.....                              | viii |
| Kata Pengantar.....                       | ix   |
| Daftar isi.....                           | xii  |
| Daftar tabel.....                         | xvi  |
| Daftar Lampiran.....                      | xvii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                  |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....           | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                  | 5    |
| 1.3 Batasan Masalah.....                  | 5    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                | 6    |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....               | 6    |

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....                                  | 8  |
| 2.2 Landasan Teori.....  | 11 |
| 2.2.1 Pengertian dan Definisi Pemasaran.....                         | 11 |
| 2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....                          | 13 |
| 2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....  | 14 |
| 2.2.2 Pengertian Barang dan produk.....                              | 17 |
| 2.2.2.1 Penggolongan Barang.....                                     | 19 |
| 2.2.3 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Pembelian Fruitea dan Frestea | 20 |
| 2.2.4 Segmentasi Pasar.....  | 22 |
| 2.2.5 Teori dan Model Perilaku Konsumen.....                         | 24 |
| 2.2.5.1 Teori Ekonomi Mikro.....                                     | 25 |
| 2.2.5.2 Teori Psikologis.....  | 26 |
| 2.2.5.3 Teori Sosiologis.....  | 27 |
| 2.2.5.4 Teori Anthropologis.....                                     | 28 |
| 2.2.5.5 Model Howard-Sheth.....                                      | 28 |
| 2.2.5.6 Model Engel, Kollat dan Blackwell.....                       | 29 |
| 2.2.5.7 Model Nicosia.....   | 29 |
| 2.2.5.8 Model Andreason.....   | 30 |
| 2.2.5.9 Model Clawson.....   | 30 |
| 2.2.6 Karakteristik yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....     | 31 |
| 2.2.6.1 Budaya.....  | 31 |
| 2.2.6.2 Sosial.....  | 33 |

|   |    |
|---|----|
| 2.2.6.3 Pribadi.....                      | 35 |
| 2.2.6.4 Psikologis.....                   | 37 |
| 2.2.7 Proses Keputusan Pembelian.....     | 39 |
| 2.2.7.1 Pengenalan Kebutuhan.....         | 40 |
| 2.2.7.2 Pencarian Informasi.....          | 40 |
| 2.2.7.3 Evaluasi Alternatif.....          | 41 |
| 2.2.7.4 Keputusan pembelian.....          | 42 |
| 2.2.7.5 Tingkah Laku Pasca Pembelian..... | 42 |
| 2.2.8 Pengertian Sikap.....               | 43 |
| 2.2.8.1 Fungsi-Fungsi Sikap.....          | 44 |
| 2.2.8.2 Tiga Komponen Sikap.....          | 45 |
| <br>                                      |    |
| BAB III METODE PENELITIAN                 |    |
| 3.1 Lokasi Penelitian.....                | 47 |
| 3.2 Variabel Penelitian.....              | 47 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel.....    | 47 |
| 3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 50 |
| 3.4.1 Jenis Data.....                     | 50 |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....        | 51 |
| 3.5 Populasi dan Sampel.....              | 54 |
| 3.6 Alat Analisis.....                    | 55 |

|  |    |
|--|----|
| BAB IV ANALISIS DATA                     |    |
| 4.1 Uji Validitas.....                   | 60 |
| 4.2 Uji Reliabilitas.....                | 61 |
| 4.3 Analisis Deskriptif.....             | 62 |
| 4.3.1 Karakteristik Responden.....       | 63 |
| 4.4 Analisis Statistika.....             | 70 |
| 4.4.1 Analisis Model Sikap Konsumen..... | 70 |
| 4.4.2 Analisis of Varians.....           | 80 |
| 4.4.3 Analisis kruskal-Wallis H.....     | 83 |
|  |    |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN               |    |
| 5.1 Kesimpulan.....                      | 98 |
| 5.2 Saran.....                           | 99 |
|  |    |
| Daftar Pustaka                           |    |
| Lampiran                                 |    |



## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Halaman |
|---|---------|
| 4.1 Nilai Validitas pada Atribut Konsumen.....                        | 61      |
| 4.2 Koefisien Alpha pada Atribut konsumen.....                        | 62      |
| 4.3 Jenis Kelamin Responden.....                                      | 63      |
| 4.4 Usia Responden.....   | 64      |
| 4.5 Besar Uang Saku Responden.....                                    | 65      |
| 4.6 Jenis Kelamin Responden yang Membeli Fruitea dan Frestea.....     | 66      |
| 4.7 Usia Responden yang Membeli Fruitea dan Frestea.....              | 67      |
| 4.8 Besar Uang Saku Responden yang Membeli Fruitea dan Frestea.....   | 68      |
| 4.9 Sikap Konsumen terhadap Citarasa Produk Fruitea dan Frestea.....  | 71      |
| 4.10 Sikap Konsumen terhadap Harga Fruitea dan Frestea.....           | 72      |
| 4.11 Sikap Konsumen terhadap Kemasan Fruitea dan Frestea.....         | 73      |
| 4.12 Sikap Konsumen terhadap Promosi Fruitea dan Frestea.....         | 75      |
| 4.13 Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk.....                      | 76      |
| 4.14 Sikap Konsumen terhadap Atribut Fruitea dan Frestea.....         | 80      |
| 4.15 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 83      |
| 4.16 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 84      |
| 4.17 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Usia.....            | 88      |
| 4.18 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Usia.....            | 88      |
| 4.19 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Besar Uang Saku..... | 93      |
| 4.20 Sikap Konsumen terhadap Atribut berdasarkan Besar Uang Saku..... | 93      |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I Kuesioner

II Hasil Kuesioner

III Validitas dan Reliabilitas

IV Analisis Sikap Model Konsumen

V Analisis of Varians

VI Analisis Kruskal-Wallis H

