

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Motto	vi
Abstraksi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Jurnal Penelitian.....	9
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.3	Landasan Teori	16
2.3.1	Tinjauan tentang Pemasaran	16
2.3.2	Bauran Pemasaran	17
2.3.3	Perilaku Konsumen	18
2.3.4	Atribut	20
2.3.5	Keyakinan	20
2.3.6	Pengertian Sikap	20
2.3.7	Komponen Sikap	21
2.3.8	Fungsi Sikap	23
2.3.9	Pengukuran Sikap.....	24
2.4	Hipotesis Penelitian	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	28
3.2	Variabel Penelitian.....	29
3.3	Definisi Operasional Variabel	30
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpul Data	30
3.4.1	Kuesioner dengan Skala Likert	30
3.4.2	Uji Validitas	31
3.4.3	Uji Reliabilitas	31

3.4.4	Pengujian Instrumen Penelitian	32
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Populasi dan Sampel	38
3.6.1	Populasi	38
3.6.2	Sampel	38
3.7	Alat Analisis	40
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Responden	45
4.1.1	Usia	45
4.1.2	Jumlah Pendapatan	46
4.2	Pengujian Hipotesis Pertama	47
4.3	Pengujian Hipotesis Kedua	52
4.4	Strategi Produk yang Sebaiknya Dilakukan	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran.....	62
 DAFTAR PUSTAKA		
		64

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian pada Komponen Pengukuran Keyakinan	33
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian pada Komponen Pengukuran Evaluasi	34
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian pada Komponen Pengukuran Keyakinan	36
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian pada Komponen Pengukuran Evaluasi	37
Tabel 4.1 Usia Responden	45
Tabel 4.2 Jumlah Pendapatan Responden	46
Tabel 4.3 Skor Sikap pada Masing-masing Atribut Produk	49
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Anova Sikap Konsumen Berdasarkan Karakteristik Usia	54
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Anova Sikap Konsumen Berdasarkan Karakteristik Jumlah Uang Saku	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 3.1 Model Pengambilan Keputusan	32

