DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....i

Halaman Judul Skripsi.....ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagarisme.....iii

Halaman Pengesahan Skripsi.....iv

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....v

Halaman Motto.....vi

Halaman Persembahan.....vii

Abstrak.....viii

Kata Pengantar.....ix

Daftar isi.....xii

Daftar Tabel.....xvi

Daftar Gambar.....xvii

Daftar Lampiran.....xviii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....6

1.3 Batasan Masalah.....6

1.4 Tujuan Penelitian.....6

1.5 Manfaat penelitian.....7

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....8

2.1 Penelitian Terdahulu.....8

2.2 Landasan Teori.....9

2.2.1 Pengertian Pemasaran.....9

2.2.2 Konsep Pemasaran.....9

2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....10

2.2.3.1 Teori Perilaku Konsumen.....10

2.2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....11

2.2.4 Merek 15

2.2.4.1 Brand Images.....15

2.2.4.2 Fungsi Merek.....16

2.2.4.3 Manfaat Merek 17

2.2.5 Produk.....19

2.2.5.1 Klasifikasi Produk.....19

2.2.5.2 Product Features.....21

2.2.5.3 Faktor – faktor penentu Product Features.....22

2.2.6 Proses Keputusan Pembelian.....23

2.2.7 Minat Beli Konsumen.....28

2.2.8 Kerangka Penelitian.....30

2.2.9 Hipotesis.....31

BAB III METODE PENELITIAN.....32

3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....32

3.1.1 Profil Perusahaan.....32

3.1.2 Jenis – jenis Produk Kopi Nescafe.....34

3.2 Lokasi Penelitian 34

3.3 Variabel Penelitian.....35

3.4 Definisi Operasional Variabel.....35

3.5 Instrumen Pengumpul Data.....37

3.5.1 Uji Validitas.....38

3.5.2 Uji Reliabilitas.....39

3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....40

3.6.1 Data Primer dan Sekunder.....40

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....40

3.7 Populasi dan Sampel.....41

3.7.1 Pengertian Populasi dan Sampel.....41

3.7.2 Teknik Pengambilan Sampel.....42

3.8 Metode Analisis Data.....42

3.8.1 Analisis deskriptif.....42

3.8.2 Analisis Kuantitatif.....42

3.9 Sistematika Penulisan.....46

BAB IV ANALISIS DATA.....48

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....48

4.2 Analisis Deskriptif.....51

4.3 Analisis Kuantitatif.....56

4.3.1 Hasil Regresi Linear Berganda.....56

4.3.2 Uji F.....57

4.3.3 Uji t 58

4.3.4 Uji Koefisien Determinasi.....60

4.3.5 Analisis Korelasi Parsial.....61

4.4 Pembahasan dan Implikasi.....63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....65

5.1 Kesimpulan.....65

5.2 Saran.....67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Berbagai merek yang paling popular	4
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.3	Penilaian Variabel Brand Image	52
Tabel 4.4	Penilaian Variabel Product Features	53
Tabel 4.5	Penilaian Variabel Minat Beli	54
Tabel 4.6	Rangkuman Deskriptif jawaban Responden	55
Tabel 4.7	Estimasi Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.8	Koefisien Korelasi Parsial	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis perilaku pembelian konsumen.....24

Gambar 2.2 Proses keputusan konsumen.....26

Gambar 2.3 Kerangka pemikiran.....31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Hasil Jawaban 100 Responden
Lampiran III	Frequency Table
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran V	Regression
Lampiran VI	Tabel F pada α 5%
Lampiran VII	Tabel t pada α 5%
Lampiran VIII	Tabel Korelasi Pearson Product Moment pada α 5%