

DAFTAR ISI

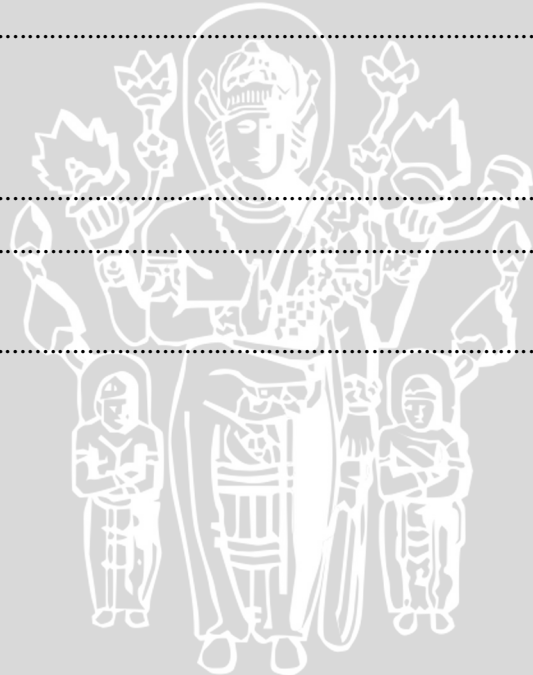
	<b>Hal.</b>
MOTTO .....	i
TANDA PENGESAHAN .....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
RINGKASAN .....	v
SUMMARY .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian .....	9
E. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Produk .....	14
1. Definisi Produk .....	14
2. Tingkat Produk dan Klasifikasi Produk .....	16
C. Atribut Produk .....	17

1. Definisi Atribut Produk.....	17
2. Komponen Atribut Produk.....	18
a) Rasa.....	19
b) Aroma.....	20
c) Tekstur.....	21
d) Merek.....	22
e) Harga.....	23
f) Label.....	24
g) Kemasan.....	25
D. Keputusan Pembelian.....	27
1. Definisi Keputusan Pembelian.....	27
2. Peran Pembeli.....	29
3. Perilaku Pembelian pada Konsumen.....	29
4. Struktur Keputusan Pembelian.....	31
5. Tahap-tahap dalam proses Keputusan Pembelian.....	32
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	34
E. Hubungan antara Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian.....	35
F. Model Konseptual Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran.....	40
1. Variabel Penelitian.....	40
2. Skala Pengukuran.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Sumber Data.....	45



2. Instrumen Penelitian .....	46
a) Uji Validitas .....	47
b) Uji Reliabilitas .....	49
E. Analisis Data .....	51
1. Analisis Deskriptif .....	52
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
F. Pemenuhan Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas .....	56
2. Uji Multikolinieritas.....	57
3. Uji Heteroskedastisitas .....	58
4. Uji Linearitas.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
B. Deskripsi Responden .....	61
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	62
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	63
5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
6. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Mengonsumsi Rokok.....	65
C. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	66
1. Variabel Rasa ( $X_1$ ) .....	66
2. Variabel Aroma ( $X_2$ ).....	70
3. Variabel Tekstur ( $X_3$ ).....	74
4. Variabel Merek ( $X_4$ ) .....	78
5. Variabel Harga ( $X_5$ ) .....	82
6. Variabel Label ( $X_6$ ).....	85
7. Variabel Kemasan ( $X_7$ ).....	90

8. Variabel Keputusan Pembelian ( $X_8$ ) .....	95
D. Pemenuhan Asumsi Klasik.....	105
1. Hasil Uji Normalitas.....	105
2. Hasil Uji Multikolinieritas .....	106
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	107
4. Hasil Uji Linearitas.....	108
E. Analisis Data .....	109
1. Pengujian Hipotesis 1 .....	110
2. Pengujian Hipotesis 2 .....	111
F. Pembahasan.....	115
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran .....	123
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	125



## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal.
1.	Pangsa Pasar Rokok Tahun 2009 – 2012	5
2.	Variabel dan <i>Item</i>	41
3.	Populasi dan Sampel	44
4.	Hasil Uji Validitas <i>Item</i> Variabel Penelitian	48
5.	Hasil Uji Reliabilitas <i>Item</i> Variabel Penelitian	50
6.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
7.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	62
8.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
9.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	63
10.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
11.	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Mengkonsumsi Rokok	65
12.	Rokok Gudang Garam International memiliki Cita Rasa yang Nikmat	67
13.	Pilihan Rasa pada Rokok Gudang Garam International	68
14.	Kesesuaian Rasa yang dimiliki Rokok Gudang Garam International	69
15.	Rokok Gudang Garam International memiliki Aroma yang Segar	70
16.	Pilihan Aroma pada Rokok Gudang Garam International	72
17.	Kesesuaian Aroma yang dimiliki Rokok Gudang Garam International	73
18.	Tingkat Kelembutan di setiap hisapan Gudang Garam International	74
19.	Bentuk di setiap Batang Rokok Gudang Garam International	76
20.	Kadar Tar dan Nikotin pada Rokok Gudang Garam International	77
21.	Nama Merek Rokok Gudang Garam International di Mata Masyarakat	78
22.	<i>Image</i> yang Dimiliki Rokok Gudang Garam International	80
23.	Nilai Gengsi Bagi Pengkonsumsi Rokok Gudang Garam International	81

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal.
24.	Harga Rokok Gudang Garam International	82
25.	Persaingan Harga Gudang Garam International dengan Merek Lain	83
26.	Kesesuaian Harga Rokok Gudang Garam International dengan Kualitas	84
27.	Kesesuaian Label yang Tercantum pada Gudang Garam International	85
28.	Kelengkapan Elemen Standar Pendukung Produk dalam Label	87
29.	Informasi Pendukung Yang Tercantum dalam Label Rokok Gudang Garam International	88
30.	Pemahaman Bahasa dalam Label Rokok Gudang Garam International	89
31.	Bentuk Kemasan Rokok Gudang Garam International	91
32.	Pengaturan Warna pada Kemasan Rokok Gudang Garam International	92
33.	Ketahanan Kemasan Rokok Gudang Garam International	93
34.	Corak dan Gambar pada Kemasan Rokok Gudang Garam International	94
35.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Jenis Produk Gudang Garam International	96
36.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Bentuk Rokok Gudang Garam International	97
37.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Merek Rokok Gudang Garam International	99
38.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Lokasi Pembelian Rokok Gudang Garam International	100
39.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Jumlah Pembelian Rokok Gudang Garam International	101
40.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Waktu Pembelian Rokok Gudang Garam International	103

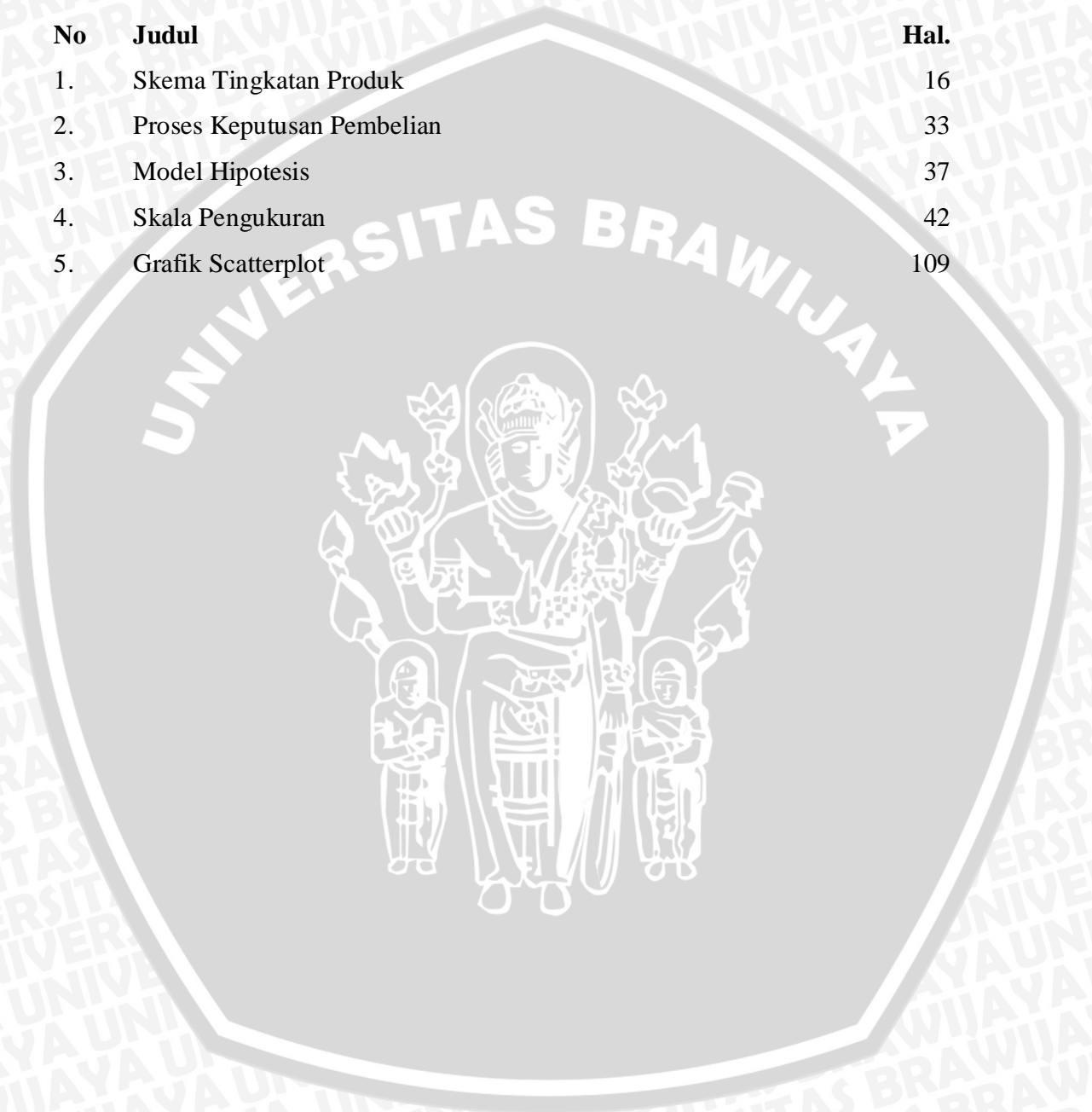
## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal.
41.	Tingkat Prioritas Konsumen Terhadap Cara Pembayaran dalam Pembelian Rokok Gudang Garam International	104
42.	Hasil Uji Normalitas	105
43.	Hasil Uji Multikolinearitas	106
44.	Pengujian Korelasi Antar Variabel	107
45.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	108
46.	Koefisien Korelasi Berganda pada Analisis Regresi Linier Berganda	110
47.	Koefisien Regresi Berdasarkan Perhitungan SPSS	112



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal.
1.	Skema Tingkatan Produk	16
2.	Proses Keputusan Pembelian	33
3.	Model Hipotesis	37
4.	Skala Pengukuran	42
5.	Grafik Scatterplot	109





## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul
1	Kuesner
2	Matrik Korelasi
3	Distribusi Jawaban Responden
4	Frekuensi Jawaban Responden
5	Uji Validitas dan Reliabilitas
6	Analisis Regresi Linier Berganda
7	Uji Asumsi Klasik

