

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Model Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian	11
2.1.5 Evaluasi Alternatif	13
2.1.6 Preferensi Konsumen	14
2.1.7 Atribut Produk.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	28
3.2.1	Skala Pengukuran.....	29
3.3	Tahapan Penelitian.....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1	Populasi.....	31
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1	Pengumpulan Data.....	34
3.5.2	Sumber Data.....	34
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.6.1	Uji Validitas.....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1	Analisis Konjoin.....	37
3.7.2	Tahapan Analisis Konjoin.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Analisis Responden.....	43
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	47
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Nilai Kepentingan (<i>Importance Value</i>) Masing – Masing Atribut.....	48
4.2.2	Nilai Kegunaan (<i>Utility</i>) Masing – Masing Level Atribut.....	49
4.2.3	Nilai Kegunaan (<i>utility</i>) Kombinasi Atribut dan Level Atribut.....	50
4.2.4	Ketepatan Prediksi (<i>Predictive Accuracy</i>).....	52
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53

4.3.1 Pembahasan Nilai Kepentingan Masing – Masing Atribut.....	54
4.3.2 Pembahasan Nilai Kegunaan Terhadap Level Atribut dan Kombinasi Level Atribut	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN 1.....	65
LAMPIRAN 2.....	73