

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR x

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 12

C. Rumusan Masalah 12

D. Tujuan Penelitian 13

E. Kegunaan Penelitian 13

F. Kerangka Pemikiran 14

G. Hipotesis 22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 23

A. Manajemen 23

1. Pengertian Manajemen 23

2. Fungsi Manajemen 24

B. Manajemen Pemasaran 25

1. Pengertian Pasar dan Pemasaran 25

2. Manajemen Pemasaran 24

3. Bauran Pemasaran 26

C. Produk 28

1. Pengertian Produk 28

2. Tingkat Produk 29

D. Desain Produk 29

1. Pengertian Desain Produk 29

2. Strategi Desain Produk 30

3. Dimensi Desain Produk 31

E. Citra Merek	32
1. Pengertian Merek	32
2. Pengertian Citra Merek	33
3. Manfaat Citra Merek	33
4. Dimensi Citra Merek	34
5. Membangun Citra Merek yang Kuat	35
F. Perilaku Konsumen	37
1. Pengertian Perilaku Konsumen	37
2. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	37
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	39
G. Keputusan Pembelian	42
1. Pengertian Keputusan Pembelian	42
2. Proses Keputusan Pembelian	42
3. Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Metode Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	47
C. Jenis Data dan Sumber Data	48
1. Jenis Data	49
2. Sumber Data	49
D. Variabel Penelitian	50
1. Variabel Bebas (<i>independent variable</i>).....	50
2. Variabel Terikat (<i>dependent variable</i>)	51
E. Teknik Pengumpulan Data	55
1. Interview (Wawancara)	55
2. Kuesioner (Angket)	56
3. Studi Pustaka	56
F. Analisis Data	57

1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	58
3. Uji Regresi Berganda	59
4. Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Perusahaan	64
1. Sejarah Perusahaan	64
2. Visi dan Misi Perusahaan	65
3. Struktur Organisasi Zoya Ujung Berung Kota Bandung	66
B. Hasil Penelitian	66
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	66
2. Analisis Karakteristik Responden	67
C. Pengolahan Data Deskriptif	70
1. Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk (X1)	70
2. Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek. (X2)	78
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	85
D. Hasil Analisis Data	92
1. Uji Validitas	92
2. Uji Reliabilitas	94
3. Uji Regresi Berganda	96
4. Uji Hipotesis	97
E. Pembahasan	102
1. Pengaruh Desain Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	102
2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	103
3. Pengaruh Desain Produk (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105

BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	108
1. Bagi Perusahaan	108
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	112

