

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK TESIS	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kontipasi	10
2.2 Produk pencahar.....	11
2.3 Purchase Intention.....	12
2.4 Persepsi.....	18
2.5 Persepsi Kualitas	20
2.6 Persepsi Harga	22
2.7 Promosi.....	24

2.8 Persepsi Nilai	27
2.9 Kemasan.....	28
2.10 Ketersediaan.....	29
2.11 Keamanan	31
2.12 Tinjauan Penelitian yang Terdahulu.....	32
2.13 Pengembangan Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Kerangka Konseptual (<i>conceptual framework</i>)	37
3.3 Jenis, Sumber, Cara Memperoleh, dan Mengolah Data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Cara Memperoleh Data	40
3.3.4 Mengolah Data	42
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	55
4.1 Analisis Profil Responden	55
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	55
4.1.2 Responden Menurut Usia	56
4.1.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	58
4.1.4 Responden Menurut Tingkat Pengeluaran	59
4.1.5 Responden Menurut Pekerjaan	60
4.2 Uji Validitas	61
4.3 Uji Reliabilitas	64

4.4 Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Persepsi Nilai	65
4.5 Pengaruh Variabel Persepsi Nilai, Kemasan, Ketersediaan, dan Keamanan terhadap <i>Purchase Intention</i>	75
BAB V IMPLIKASI DAN PENUTUP	89
5.1 Implikasi.....	89
5.1.1 Implikasi Manajerial	89
5.1.2 Implikasi Teoritis	92
5.2 Penutup	94
5.2.1 Kesimpulan.....	94
5.2.2 Keterbatasan	96
5.2.3 Penelitian Lanjutan	96
DAFTAR RUJUKAN	xxix

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Ringkasan teori penelitian sebelumnya yang menjadi dasar kerangka konseptual di dalam penelitian ini..... 33
Tabel 2	Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan..... 50
Tabel 3	Definisi Operasional Variabel..... 52
Tabel 4	Hasil Uji Validitas menggunakan uji corrected item total correlation..... 62
Tabel 5	Hasil Uji Reliabilitas..... 64
Tabel 6	Hasil Uji Multikolinieritas dan Regresi Persepsi Nilai..... 65
Tabel 7	Korelasi antara Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Persepsi Nilai..... 67
Tabel 8	Uji F Persepsi Nilai..... 73
Tabel 9	Koefisien Determinan Persepsi Nilai..... 73
Tabel 10	Hasil Uji Multikolinieritas dan Regresi <i>Purchase Intention</i> 75
Tabel 11	Korelasi antara Persepsi Nilai, Kemasan, Ketersediaan, Keamanan terhadap <i>Purchase Intention</i> 77
Tabel 12	Uji F <i>Purchase Intention</i> 87
Tabel 13	Koefisien Determinan <i>Purchase Intention</i> 87
Tabel 14	Rangkuman Hasil Penelitian..... 88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Market Size produk Pencahar..... 3
Gambar 2	Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian..... 13
Gambar 3	Konsep <i>Consumer Behavior Hawkin</i> 15
Gambar 4	Tahapan antara evaluasi alternatif dan <i>purchase decision</i> 17
Gambar 5	Proses informasi dalam <i>Consumer Decision Making</i> 19
Gambar 6	Distribusi profil responden menurut jenis kelamin..... 55
Gambar 7	Distribusi profil responden menurut usia..... 56
Gambar 8	Distribusi profil responden menurut tingkat pendidikan..... 58
Gambar 9	Distribusi profil responden menurut tingkat pengeluaran..... 59
Gambar 10	Distribusi profil responden menurut pekerjaan..... 60
Gambar 11	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai persepsi kualitas produk pencahar..... 69
Gambar 12	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor persepsi harga produk pencahar..... 70
Gambar 13	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor promosi produk pencahar..... 71
Gambar 14	Berbagai iklan produk pencahar di Indonesia..... 72
Gambar 15	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor persepsi nilai produk pencahar..... 80
Gambar 16	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor kemasan produk pencahar..... 81

Gambar 17	Kemasan produk pencahar.....	83
Gambar 18	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor ketersediaan produk pencahar.....	84
Gambar 19	Sebaran pendapat 100 responden di Jakarta mengenai faktor keamanan produk pencahar.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian..... xiv
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Persepsi Kualitas..... xix
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Persepsi Harga. xx
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Promosi..... xxi
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Persepsi Nilai.... xxii
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Kemasan..... xxiii
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Ketersediaan..... xxiv
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor Keamanan..... xxv
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Faktor <i>Purchase Intention</i> xxvi
Lampiran 10	Hasil Korelasi Persepsi Nilai..... xxvii
Lampiran 11	Hasil Korelasi <i>Purchase Intention</i> xxviii