

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Karya	v
Abstraksi	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Pemasaran	15
B. Strategi Pemasaran	15
C. Bauran Produk	17
1. Pengertian bauran Produk	17
2. Pengertian Produk	18
3. Tingkat Produk	18
4. Klasifikasi Produk dan Jasa	20
5. Keputusan Produk dan Jasa Individual	22

6. Hirarki Produk	24
D. Harga	25
E. Iklan	25
1. Pengertian Iklan	25
2. Tujuan Iklan	27
3. Jenis Iklan	26
4. Strategi Periklanan	28
5. Media Iklan dan Kekuatan Kelemahannya menurut Kotler dan Amstrong (2008: 162)	29
6. Efektivitas Iklan	31
F. Proses Keputusan Pembelian	33
1. Pengenalan Masalah	34
2. Pencarian Informasi	34
3. Evaluasi Alternatif	35
4. Keputusan Pembelian	35
5. Perilaku Pasca Pembelian	36
G. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
3. Teknik Pengambilan Sampel	38
C. Jenis Data Penelitian	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	39
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel	40
1. Variabel Terikat	40
2. Variabel Bebas	40
F. Teknik Analisis Data	43
1. Teknik Analisis Kualitatif	43
2. Teknik Analisis Kuantitatif	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	45
c. Uji Regresi Berganda	45
d. Koefisien Determinasi Nilai R^2	47
e. Uji F	47
f. Uji T	48

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A.	Gambaran Umum Responden	50
B.	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	53
C.	Pembahasan Hasil Perhitungan	56
1.	Analisis Hasil Uji Validitas Data	56
2.	Analisis Hasil Uji Reliabilitas Data	59
3.	Analisis Hasil Uji Regresi Linier Berganda	60
4.	Uji Koefisien Determinasi R^2	62
5.	Uji F	63
6.	Uji T	64
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	66
A.	Simpulan	66
B.	Saran	67
C.	Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga Pasta Gigi.....	3
Tabel 1.2	Top Brand Index Pasta Gigi Tahun 2008-2012.....	4
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.1	Berbagai Kemungkinan Tujuan Periklanan.....	28
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	52
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk Pepsodent.....	53
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Harga Pepsodent.....	54
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Efektivitas Iklan Pepsodent.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Harga.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Efektivitas Iklan.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.14	Tabel Koefisien Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.15	Tabel Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.16	Uji F.....	63
Tabel 4.17	Uji T.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kampanye Sikat Gigi Pagi dan Malam.....	7
Gambar 2.1	Lima Tingkatan Produk.....	19
Gambar 2.2	Kelima M Iklan.....	32
Gambar 2.3	Proses Pembelian Konsumen.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Mentah Excel.....	71
Lampiran 2 Output SPSS.....	75
Lampiran 3 Kuesioner.....	90
Lampiran 4 Tabel r.....	93
Lampiran 5 Tabel t.....	94
Lampiran 6 Tabel f.....	95