

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.5 Pembatasan Masalah	21
1.6 Lokasi Penelitian.....	21

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	23
2.1.1 Display Produk.....	23
2.1.1.1 Pengertian Display Produk.....	23
2.1.1.2 Tujuan Pelaksanaan Display	24
2.1.1.3 Indikator Display.....	24

2.1.2	Kemasan	26
	2.1.2.1 Pengertian Kemasan.....	26
	2.1.2.2 Indikator Kemasan	28
2.1.3	Citra Merek/Produk.....	35
	2.1.3.1 Pengertian Citra Merek/Produk.....	35
	2.1.3.2 Indikator Citra Merk/Produk.....	36
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	38
	2.1.4.1 Pengertian Keputusan pembelian.....	38
	2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	39
2.1.5	Penelitian Terdahulu	46
2.2	Kerangka Pemikiran.....	50
	2.2.1 Keterkaitan Display dengan Citra Produk.....	53
	2.2.2 Keterkaitan Display dengan Keputusan Pembelian	53
	2.2.3 Keterkaitan Kemasan dengan Citra Produk	54
	2.2.4 Keterkaitan Kemasan dengan Keputusan Pembelian.....	56
	2.2.5 Keterkaitan Citra Produk dengan Keputusan Pembelian	57
2.3	Hipotesis.....	59

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	61
3.2	Metode Penelitian.....	62
	3.2.1 Desain Penelitian.....	63
	3.2.2 Operasional Variabel.....	65
	3.2.3 Sumber Dan Teknik Pengelompokan Data	67
	3.2.3.1 Sumber Data.....	67
	3.2.4 Teknik Pengelompokan Data	68
	3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	71
	3.2.6 Teknik Pengujian Data	73

3.2.6.1.1	Uji Validitas	73
3.2.6.1.2	Uji Reliabilitas	78
3.2.7	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	81
3.2.7.1	Rancangan Analisis.....	81
3.2.7.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	82
3.2.7.1.2	Analisis Data Verifikatif (kuantitatif)	84
3.2.7.2	Uji Methode <i>Successive</i> Interval (MSI)	87
3.2.7.3	Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	87
3.2.7.4	Asumsi Klasik.....	91
3.2.8	Rancangan Uji Hipotesis.....	94

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	99
4.1.1	Latar Belakang Perusahaan	99
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	103
4.2	Pengaruh Display Produk dan Kemasan terhadap Keputusan pembelian pada Pack Rokok Gudang Garam.....	104
4.2.1	Gambaran Umum Responden	104
4.3	Hasil Pembahasan	107
4.3.1	Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Display produk	112
4.3.2	Analisis Tanggapan Terhadap Kemasan	112
4.3.3	Tanggapan Mengenai Citra Produk pada Pack Rokok Gudang Garam	116
4.3.4	Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian pada Pack Rokok Gudang Garam	119

4.3.5	Pengaruh Display Produk dan Kemasan Pada Pack Rokok Gudang Garam Terhadap Citra Produk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan pembelian	125
4.3.6	Pengujian Asumsi Klasik.....	125
4.3.6.1	Uji Normalitas	125
4.3.6.2	Uji Multikolinearitas	126
4.3.6.3	Uji Heterokedastisitas	127
4.3.7	Analisis Koefisien Jalur.....	129
4.3.8	Pengujian hipotesis	135
4.3.8.1	Pengujian hipotesis secara simultan	135
4.3.8.2	Pengujian hipotesis secara Parsial	138

4.4 Pembahasan

4.4.1	Tanggapan Pengaruh Display Produk, Citra Merek dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	139
4.4.2	Pengaruh Display Produk Dan Kemasan Terhadap Citra Produk.....	140
4.4.3	Pengaruh Display Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	142
4.4.4	Pengaruh Display Produk, Kemasan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian	143

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.

5.1	Kesimpulan	144
5.2	Saran	146

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Awal Display Produk Gudang Garam Tahun 2016	12
Tabel 1.2	Hasil Kusioner Survey Awal Kemasan Pack Rokok Gudang Garam Tahun	2016 15
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Survey Awal Citra Merk Rokok Gudang Garam Tahun 2016	16
Tabel 1.4	Hasil Kusioner Survey Awal Keputusan Pembelian Tahun 2016.....	17
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	47
Tabel 3.1	Definisi Operasional variabel.....	66
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Territory	72
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Mengenai Display Produk.....	74
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Mengenai Kemasan baru	75
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Mengenai Citra Produk	76
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Mengenai Keputusan pembelian	76
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Display produk	78
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Kemasan Baru.....	78
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel keputusan pembelian	79
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Citra produk	79
Tabel 3.11	Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden	82
Tabel 3.12	Kriteria Pengklasifikasian Display Produk, Kemasan, Citra Produk dan Keputusan Pembelian	83
Tabel 3.13	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi.	83
Tabel 3.14	Kriteria Hubungan Antar Variabel	90
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	104
Tabel 4.2	Usia Responden.....	105

Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	105
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	106
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan	107
Tabel 4.6	Tanggapan responden mengenai Proximity	108
Tabel 4.7	Tanggapan responden mengenai Similarity	108
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai Symetry.....	109
Tabel 4.9	Tanggapan responden mengenai Continuity	110
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Display produk Pack Rokok Gudang Garam	110
Tabel 4.11	Tanggapan responden mengenai desain	112
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai warna	113
Tabel 4.13	Tanggapan responden mengenai ilustrasi	113
Tabel 4.14	Tanggapan responden mengenai kemasan	114
Tabel 4.15	Tanggapan responden mengenai keunggulan asosiasi merek	116
Tabel 4.16	Tanggapan responden mengenai kekuatan asosiasi merek	117
Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai keunikan asosiasi merek	117
Tabel 4.18	Rekapitulasi Tanggapan responden mengenai Citra Produk.....	118
Tabel 4.19	Tanggapan responden mengenai pengenalan kebutuhan	120
Tabel 4.20	Tanggapan responden mengenai Pencarian Informasi.....	120
Tabel 4.21	Tanggapan responden mengenai evaluasi alternatif.....	121
Tabel 4.22	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian	121
Tabel 4.23	Tanggapan responden mengenai perilaku pasca pembelian	122
Tabel 4.24	Tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian	123
Tabel 4.25	Uji Multikolinearitas	127
Tabel 4.26	Persamaan Struktural Koefisien Jalur	129
Tabel 4.27	Analisis Korelasi	134
Tabel 4.28	Uji Signifikansi F (Keseluruhan)	136
Tabel 4.29	Uji Signifikansi t (Parsial).....	137

Tabel 4.30 Uji Signifikansi F Display Produk, Kemasan Baru Terhadap Keputusan
Pembelian 137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Display Produk Gudang Garam	7
Gambar 1.2	Total Penjualan Produk Gudang Garam ARO Cianjur	9
Gambar 1.3	Gambar Dominasi Pemajangan Produk Gudang Garam	11
Gambar 1.4	Perubahan Kemasan Pack Rokok Gudang Garam International (FIM) & Gudang Garam Mild (GG MILD)	14
Gambar 2.1	Model Perilaku Pembelian.....	39
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	39
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian	59
Gambar 3.1	Jumlah Outlet Retail Per Territory ARO Cianjur 2016	69
Gambar 3.2	Model Analisis.....	87
Gambar 4.1	Pilar Activity Marketing	101
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. Surya Madistrindo ARO Cianjur	103
Gambar 4.3	Normality probability plot	126
Gambar 4.4	Uji Heterokedstisitas	128
Gambar 4.5	Struktur Hubungan Kausal X1, X2 terhadap Y dan Z.....	132

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	DAFTAR QUESIONER	A – 1
LAMPIRAN B	JAWABAN VARIABEL X1 (DISPLAY PRODUK).....	B – 1
LAMPIRAN C	JAWABAN VARIABEL X2 (KEMASAN)	C – 1
LAMPIRAN D	JAWABAN VARIABEL Y (CITRA PRODUK)	D – 1
LAMPIRAN E	JAWABAN VARIABEL Z (KEPUTUSAN PEMBELIAN) ..	E – 1
LAMPIRAN F	HASIL UJI REALIBILITAS DAN UJI VALIDITAS.....	F – 1
LAMPIRAN G	HASIL UJI PARSIAL DAN SIMULTAN	G – 1
LAMPIRAN H	TABEL TITIK PRESENTASE DISTRIBUSI t	H – 1
LAMPIRAN I	TABEL TITIK PRESENTASE DISTRIBUSI f.....	I – 1
LAMPIRAN J	SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	J – 1

SURAT PERSETUJUAN PANITIA TESIS PASCA SARJANA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA PEMBIMBING		TANDA TANGAN
	1	Dr. Rahma Wahdiniawaty, Dra., M.Si.
Judul Naskah Artikel	Pengaruh Display Produk Dan Kemasan Terhadap Clitra Produk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pack Rokok Gudang Garam di PT SURYA MADISTRINDO ARO CIANJUR	

x

Menyatakan bahwa naskah artikel dengan judul seperti tersebut diatas telah diperiksa, dikoreksi dan disetujui komisi pembimbing untuk dimuat dalam Majalah Ilmiah Universitas Komputer Indonesia

**PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN KEMASAN
TERHADAP CITRA PRODUK DAN DAMPAKNYA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PACK
ROKOK GUDANG GARAM
DI PT SURYA MADISTRINDO ARO CIANJUR**

Oleh

ARIF JAMALUDIN

NPM : 6175215016

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Magister Manajemen



FAKULTAS PASCASARJANA

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2017