DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.5 Pembatasan Masalah 11

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian 12

1.5.2 Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1 Kemasan 16

2.1.1.1 Pengertian Kemasan 16

2.1.1.2 Fungsi Kemasan 16

2.1.1.3 Indikator Kemasan 16

2.1.2 Brand Awareness 18

2.1.2.1 Pengertian Brand Awareness 18

2.1.2.2 Tingkatan dalam Brand Awareness 19

2.1.2.3 Indikator Brand Awareness 20

Halaman

2.1.3 Keputusan Pembelian 20
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 20
2.1.3.2 Struktur Keputusan Pembelian 21
2.1.3.3 Tahapan Keputusan Pembelian 35
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian 22
2.1.4 Penelitian Terdahulu 23
2.2 Kerangka Pemikiran 26
2.2.1 Keterkaitan Kemasan dengan Brand Awareness 28
2.2.2 Keterkaitan Kemasan dengan Keputusan Pembelian 29
2.2.3 Keterkaitan Brand Awareness dengan Keputusan Pembelian 30
2.3 Hipotesis 32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 33
3.2 Metode Penelitian 34
3.2.1 Desain Penelitian 35
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 37
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 40
3.2.3.1 Sumber Data 40
3.2.4 Teknik Penentuan Data 42
3.2 5 Teknik Pengujian Data 45
3.2.5.1 Uji Validitas 45
3.2.5.2 Uji Reliabilitas 49
3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 52
3.2.6.1 Rancangan Analisis 52
3.2.6.1.1 Analisis Deskriptif 52
3.2.6.1.2 Analisis Verifikatif 54
3.2.6.1.2.1 Uji Method Of Successive Interval (MSI) 54
3.2.6.1.2.2 Diagram Jalur dan Persamaan Struktural 55
3.2.6.2 Pengujian Hipotesis 59

Halaman

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 61

4.1.1 Latar Belakang Perusahaan 61

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 62

4.1.3 Deskripsi Jabatan 62

4.2 Karakteristik Responden 63

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 64

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia 64

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 65

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan 66

4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Rata-rata per Bulan 66

4.3 Hasil Pembahasan 67

4.3.1 Analisis Deskriptif 68

4.3.1.1 Kemasan 68

4.3.1.2 Brand Awareness 75

4.3.1.3 Keputusan Pembelian 79

4.3.1.4 Analisis *Path Diagram* (Analisis Diagram Jalur) 84

4.3.2 Analisis Pengujian Hipotesis 87

4.3.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan 87

4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial 88

4.3.2.3 Besar Pengaruh Kemasan , Kesadaran Merek terhadap Keputusan 89

4.4 Pembahasan 91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 94

5.2 Saran 95

DAFTAR PUSTAKA 98

LAMPIRAN 100